

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Růtová Miriam

Název práce: Porovnání strategických komunikací hlavního města Prahy a České republiky směrem k zahraničnímu a českému publiku v rámci oslav 100.výchočí vzniku Československa

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: PhDr. Nora Dolanská, MBA

Pracoviště: Metropolitní univerzita Praha

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Autorka si vytkla konkrétní cíle a snaží se porovnat kampaně hlavního města Prahy a agentury CzechTourism jako reprezentanta České republiky v této oblasti. Zjišťuje však, že cíle i komunikační prostředky mají obě agentury poněkud rozdílné. Přesto zachovává strukturu a celková práce odpovídá původnímu zadání.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	A
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	B
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	A
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Práce je vskutku rozsáhlá (106 stran) a zervrubně rozebírá všechny dostupné prameny, v některých případech neupřesňuje důležitost těchto pramenů, ale to je z hlediska analytika začátečníka pochopitelný "prohřešek". Práce má velmi poctivý základ a pro správnou rešeršní práci si ozřejmila i odborná data a výrazy, velmi správně např. rozlišuje pojmy "návštěvník" a "turista". Tím může dojít i ke správným závěrům a logickým řešením ve svém hodnocení.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	A
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	A
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby	A

	s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)	B
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Citační aparát je vskutku rozsáhlý, zejména v oblasti online, opět vychází ze skutečnosti, že se jedná o agentury, které v oblasti internetu a sociálních médií běžně operují a své dokumenty a analýzy zde zveřejňují
prosím opravit : str.6 ...Československo, jež.....

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Za zásadní považují sdělení, že ostatní celostátní organizace (sokolové, rozhlas) dostaly od CzechTourismu komunikační prvky a spojnicí pro celostátní strategii se stal Czechtourism (str.28), ve skutečnosti jsem toho názoru, že žel jak to bývá v ČR pravidlem byla kampaň koordinována z několika zdrojů (MZV, MK) a ne vždy došlo ke spříznění dotyčných partnerských projektů. Kritické připomínky autorky k landing page Prague City Tourismu jsou žel oprávněné. Praha a Pražská vlastivěda šla na to jinak než CzT, zde jen připomínku, že i tato organizace měla pro zahraniční turisty (novináře) připravenou vycházku v němčině s tématem 100. výročí.

Nejzajímavější se jeví pochopitelně dotazníkový průzkum, protože aktuálně ukazuje výsledky celých kampaní a poukazuje na skutečnost, zda expati - cizinci, žijící v Praze) se něco nového dozvěděli. Zde jen poznámku z praxe: není expat jako expat - často se o naši historii a kulturu velmi výrazně zajímají cizinci z východní Evropy a exotických krajín (Ukrajinci, Bělorusové, Mongolové, Kubánci, Peruánci) případně smíšené rodiny, které zde žijí, chtějí zde zakotvit, svým dětem představují naši zemi jako zemi své budoucnosti. Naproti tomu expati ze západní části Evropy jsou "vlažnější" v asimilaci a o historii svého dočasného domicilu nemají velký zájem. Celková kompozice práce chtěla vyjádřit myšlenku podpory pocitu vlastenectví a sounáležitosti, to se plně podařilo a práce je významnou zdrojovou sumarizací této aktivity pro všechna eventuelní další měření.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Co znamená graf 7b Expati : v jakém českém městě se akce konala (je uvedena Praha a Opava) podle místa odkud jsou, je uvedeno asi 16 míst, takže z toho vyplývá, že odpověděl pouze dotazovaný z Opavy ?
5.2	Jak by podle Vás měla vypadat ideální koordinace marketingových aktivit nějaké veliké události? např. v roce 2020 uplyne 400 let od bitvy na Bílé Hoře pro české země i Evropu je to obrovský historický předěl

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A (výborně) B C D E F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Navrhuji pochvalu za zpracování při promoci

Datum: 29.5.2019

.....

Podpis:



Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která