

KARLOVA UNIVERZITA V PRAZE
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Po jejich vyplnění posudek vytiskněte, zakroužkuje navrhovanou známku, podepište a odevzdejte!

Typ diplomové práce („bakalářská“ nebo „magisterská“): bakalářská

Typ posudku („posudek vedoucího práce“, nebo „posudek oponenta“): posudek vedoucího práce

Autor/ka práce

Příjmení: Stříbrská Jméno: Iva

Název práce: Inovativní přístupy a specifika zaváděcí marketingové komunikace nových filmových distribučních společností v České republice (Na příkladu společnosti Blue Sky Film Distribution v letech 2006 až 2007)

Autor/ka posudku

Příjmení: Šobr Jméno: Michal

Pracoviště: FSV UK

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE^{*)}

		1. Odpovídá schváleným tezím	2. Odchyluje se od tezí, ale odchýlení je vhodné a v práci zdůvodněné	3. Odchyluje se od tezí a odchýlení není vhodné a v práci zdůvodněné	4. Neodpovídá schváleným tezím
1.1.	Cíl práce	X			
1.2.	Metoda práce	X			
1.3.	Struktura práce	X			

^{*)}Označte „X“ vybrané hodnocení.

KOMENTÁŘ (v případě hodnocení ve sloupcích 3 a 4 musí autor posudku slovně formulovat hlavní výtky pro jednotlivé podbody) (max. 500 znaků)

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

		Hodnocení známkou
	Bakalářské práce:	
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	1
2.2	Pochopení zpracované literatury	1
2.3	Schopnost aplikovat prostudovanou literaturu	1
2.4	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	1
	Magisterské práce:	
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu	
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	
2.6	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	

^{*)}Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 (výborné – velmi dobré – dobré – nedostatečné)

KOMENTÁŘ (v případě hodnocení 3 a 4 musí autor posudku slovně formulovat hlavní výtky pro jednotlivé podbody) (max. 500 znaků)

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

		Hodnocení známkou
	Bakalářské práce:	
3.1	Logičnost struktury práce	1
3.2	Úroveň poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy	1
3.4	Oprávněnost a vhodnost příloh	1
3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte stupněm 4!)	1
3.5	Grafická úprava	1
	Magisterské práce:	
3.1	Logičnost struktury práce	
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	
3.3	Úroveň poznámkového aparátu	
3.4	Dodržení citační normy	
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh	
3.6	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte stupněm 4!)	
3.7	Grafická úprava	

^{*)} Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 (výborné – velmi dobré – dobré – nedostatečné)

KOMENTÁŘ (v případě hodnocení 3 a 4 musí autor posudku slovně formulovat hlavní výtky pro jednotlivé podbody) (max. 600 znaků)

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkový dojem z výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost tématu a myšlenek apod.) (max. 750 znaků)

Práce je konzistentním a poučeným pohledem na problematiku filmového marketingu, reflektujícím jeho historické proměny, ale zejména současná specifika a trendy. Pozitivně hodnotím:

- Původnost studie, jež v takovémto záběru u nás dosud nebyla zpracována (včetně shromáždění relevantní, zejména cizojazyčné literatury).
- Aktuálnost, přínosnost a také odvahu, se kterou autorka rozkrývá zlomovou situaci filmové distribuce a marketingu, vedoucí k zásadnímu konstatování potenciálního přerodu filmu z produktu na reklamní médium (a klasického distributora na komunikační agenturu).
- Aplikační potenciál tohoto modelu.
- Koncepční přístup a snahu komplexně postihnout relevantní kontexty, jejichž redukce byla pravidelným obsahem konzultací.

5. OTÁZKY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT MUSÍ VYJÁDŘIT (jedna až tři):

5.1	Jaký je váš názor na roli star-systému pro filmový marketing?
5.2	Co pokládáte za předpoklady efektivního uplatnění konceptu Film Experience Marketing?
5.3	

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA (po vytištění posudku ručně zakroužkujte vámi navrhované hodnocení)

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ (max. 500 znaků)

9. 6. 2008

Datum:

Podpis: