

**UNIVERZITA KARLOVA**  
**Fakulta sociálních věd**  
**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

**POSUDEK MAGISTERSKÉ 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: Krchová Eva

**Název práce:** Once upon the Patagonia Brand: Infusing activist brand journalism into the outdoor business throughout masmedia

**Autor(ka) posudku**

Příjmení a jméno: doc.PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.

Pracoviště: IKSŽ FSV UK

**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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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)

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

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

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	C
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	C
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	C
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	B
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	B

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

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

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

		Hodnocení známkou
3.1	Logičnost struktury práce, podloženost závěrů	C
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	B
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	B
3.4	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.)	B
3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	B

3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	B
-----	--	---

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

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

Práce se zabývá zajímavým a aktuálním tématem. Ačkoliv značka Patagonia je na trhu třicet let, v současnosti se objevuje často jako příklad udržitelného přístupu k podnikání v módě. S tím úzce souvisí způsob komunikace a vytváření příběhu této značky, který je citovaný v mnoha učebnicích a marketingových textech. Diplomantka analyzuje způsob komunikace a mediální prezentace značky, avšak poněkud opomíjí další důležité ekonomické ukazatele, obrat, profit apod. a jejich případnou souvislost.

Vzhledem k tomu, že se jedná o široce diskutovaný příklad, mohla diplomantka zařadit ještě více odborných titulů z oblasti fashion marketingu či brandingů a porovnat značku s konkurencí, blíže tak popsat výjimečnost Patagonie, ale i přenositelnost pro případné další značky. Zůstává nezodpovězenou otázkou, nakolik ostatní značky mohou následovat příklad a způsob komunikace Patagonie, pokud nemají osobnost Yvona Chouniarda, nebo jsou v jiném, než outdoorovém segmentu, kde je primární funkčnost, technické parametry a výdrž oděvu - oproti módní aktuálnosti a reflexi trendů.

Diplomantka v práci správně uvádí, že značka ke svému odlišení využívá environmentálních a politických (včetně anti-kapitalistických) témat. V diplomové práci bych ještě očekávala hlubší reflexi a diskusi o tomto přístupu, včetně otázek kritických pojmů jako je greenwashing, wokewashing apod.

Celkově práci hodnotím jako přínosnou, aktuální a pečlivě zpracovanou, s mírnými výtkami uvedenými výše.

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

5.1	Je koncept "brand with purpose" na příkladu Patagonie přenositelný na další oděvní značky?
5.2	Jak Patagonie řeší palčivý problém dalších značek, kterým je inventory, tedy neprodané zboží?
5.3	
5.4	

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

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

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis: .....

**Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF, nebo jej zašlete sekretářce příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu.**