

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, zakroužkujte navrhovanou známku, podepište a odevzdejte!

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

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

Autor/ka práce

Příjmení: Dubois Jméno: Julien

Název práce: Role značky Renault v rámci komunikace společnosti Renault od roku 1999

Autor/ka posudku

Příjmení: Pruša Jméno: Igor

Pracoviště: IKSŽ FSV UK

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

		1. Odpovídá schváleným tezím	2. Odchyluje se od tezí, ale odchylení je vhodné a v práci zdůvodněné	3. Odchyluje se od tezí a odchylení 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)

Autor bakalářské práce postupoval v souladu se schválenými tezemi (důvod drobné změny tématu je dostatečně vysvětlen v úvodu práce). Metoda a struktura práce odpovídá požadavkům. Je ale škoda, že autor v tezi uvedl záměr použít knihy ve francouzském jazyce a nakonec pro výzkum uplatnil pouze jedinou takovou publikaci.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

		Hodnocení známkou
	Bakalářské práce:	
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	2
2.2	Pochopení zpracované literatury	1
2.3	Schopnost aplikovat prostudovanou literaturu	1
2.4	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	2
	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	
-----	---	--

¹⁾ Vypĺňujte 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)

Zásady citačních norem jsou dodrženy, jazyková a stylistická úroveň textu je odpovídající úrovni bakalářské práce. Praktická část je však opominuta na úkor části rešeršně-teoretické.

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	3
3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnot'te stupněm 4!)	1
3.5	Grafická úprava	2
	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, hodnot'te stupněm 4!)	
3.7	Grafická úprava	

¹⁾ Vypĺňujte 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)

Struktura práce a její logičnost odpovídá požadavkům. Poznámkový aparát je využit sporadicky. Jazyková a stylistická úroveň není porušována, text je čtivý. V případě kapitoly 17.1 a 17.2 (případové studie zhodnocení stavu značky Renault) není zcela jasné, jedná-li se o doslovný překlad nebo interpretaci. Příloha „Pyramida identity značky Renault“ obsahově nijak zvlášť neobohacuje hlavní náplň výzkumné práce a její grafická úprava (vpisování textu do obrázku pyramidy a rámečků vedle ní) působí nepřehledně.

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

Autor bakalářské práce „Role značky Renault rámci komunikace společnosti Renault od roku 1999“ si kladl za cíl zmapovat principy budování této francouzské automobilové značky za použití publikací, magazínů, srovnávacích statistik i interních materiálů společnosti. Přestože práce nabízí věcný a nepředpojatý obraz daného fenoménu, existují v textu místa, která se tváří spíše jako propagační materiál. To mohlo být způsobeno záměrným čerpáním z interních materiálů společnosti, o čemž se nakonec autor zmiňuje již ve schválené tezi. Je ovšem škoda, že práci chybí kritičtější úhel pohledu na danou problematiku.

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

5.1	Existují nějaká specifika v marketingové komunikaci, která jsou společná francouzským automobilkám a naopak odlišná od jiných automobilek (např. asijských)?
5.2	Co byste vytknul společnosti Renault v souvislosti s budováním image a uváděním identity této značky?
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)

Datum: 7. 6. 2007

Podpis: