

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

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček! Po jejich vyplnění hotový posudek prosím vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce  Posudek oponenta

**Autor/ka práce**

Příjmení a jméno: Frodl David

**Název práce:** Marketingová kampaň Ministerstva zemědělství na podporu biopotravin a ekologického zemědělství v roce 2008

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Knepr Miloslav

Pracoviště: MARK BBDO a.s.

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

Technika i struktura práce odpovídají tezím, cíl práce byl správně a logicky rozšířen o analýzu a zhodnocení konkrétních výsledků kampaně v cílových skupinách.

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	1
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	1
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

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

Autor projevil nevšední schopnost vydestilovat z materiálů orgánů státní správy zrnka faktických informací, požadavků a zadání, která se vztahovala k tématu práce. Využil nejen odbornou literaturu, ale i relevantní elektronické zdroje, které v současné době představují aktuální zdroj informací. V kontextu současné praxe komunikace, řízené orgány státní správy, je analýza marketingové aktivity za použití post-testů inovativní.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	1
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci)	1

	k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhnete, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnoťte stupněm 7)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

**KOMENTÁŘ** (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Autor zpracoval ucelenou a přehlednou práci. Načerpáné teoretické poznatky logicky využívá při hodnocení marketingové kampaně na podporu spotřeby biopotravin. Za výrazný přínos považuji provedené vícehledové hodnocení ve vztahu k zadání, k dosaženým výsledkům, ale i ve vztahu k podobným projektům ze zemí, kde má tato forma komunikace delší a hlubší historii.

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

Celkově považuji práci autora za velice přínosnou. V kontextu současné praxe komunikace, řízené orgány státní správy, je analýza marketingové aktivity za použití post-testů inovativní. Autor vytvořil "případovou studii" toho, jak by měly být komunikační aktivity orgánů státní správy posuzovány a hodnoceny. Další silnou stránkou práce je vyvozování závěrů, kdy autor správně zvažuje primární efektivitu "státní" komunikace v oblastech, kde je dostatečně aktivní soukromý sektor.

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

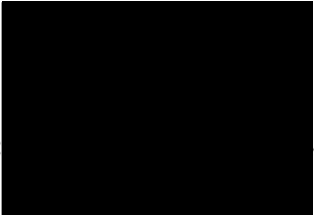
5.1	Stručně objasnit pojem "kreativní strategie" a jeho vztah ke kreativnímu zpracování srovnávaných kampaní
5.2	

**6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: ..... 8/6/09 .....

Podpis:  .....

**Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**