

**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: Cikhartová Marie

**Název práce:** Porovnání marketingové komunikace módních značek designérů a influencerů

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Klabíková Rábová Tereza

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**

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	C
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	C
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	B
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	D

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

Vzhledem k nejasnému vyjádření mi zcela nejsou jasné konkrétní cíle práce (již v tezích) a popravdě ani vytyčený materiál zkoumání. Teoretická část je nevyrovnaná; svědčí minimálně pro to, že teorie u tak mladého tématu, jež aspiruje na vědu, zatím není nikterak ucelená a místy klouže po povrchu.

**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	B
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B
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 s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	C
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	D
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Výklad je místy na hranici porozumění, chyby syntaktické (prapodivné vazby slovesné i nominální: akcentovat na důležitost; UK Institute for Government and Behavioral Insights tým ve Velké Británii), lexikální (satiristický), interpunkční, slovosledné; špatně přeložené pasáže z angličtiny. Užití slangismů oboru v různých formách je vedle toho jen dosud terminologicky nejasněnou záležitostí; někdy příjmení s malým písmenem. U výňatků z Boudieua citovaných v úvodu není patrné, co jsou citace doslovné a co prafráze. U obrázků chybí zdroje.

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

Text obsahuje věcně rozporovatelné výroky (módním designérem je jen ten, kdo vystuduje uvedené obory? Zákazníci si kupují produkt, protože se jim líbí a mnoho dalších.) Někdy asi k nejasným či nepravdivým tvrzením vedou jen neobratné formulace. Nerozumím, kde v části rozhovorů s designéry tedy figuruje merch? Píše se tam prostě o jejich produktech, tvorbě. Další výtkou je nejasné prolínání marketingových strategií a marketingové komunikace jako takové. Jasněji o záměrech začíná být až v závěru; téma by bylo nosné, ale bylo by potřeba jednak vylepšit vyjádření, které kazí celkový dojem, jednak lépe uvést a designovat, co přesně bude autorka popisovat a k čemu chce dospět. Provedené rozhovory zasazené do rigoróznějšího metodologického rámce by potenciál tématu posílily. Takto bohužel autorka nedospěla k relevantnějším závěrům.

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

5.1	Jak tedy souvisí tvorba fashion designérů a merche influencerů?
5.2	

**6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU**

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly URKUND.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	
-----	--

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

- A**  výborně  
**B**  velmi dobře (nadprůměrný výkon, avšak s určitými chybami)  
**C**  dobře (celkově dobrý výkon s řadou výrazných chyb)  
**D**  uspokojivě (přijatelný výkon, ale se značnými nedostatky)  
**E**  dostatečně (výkon splňuje minimální požadavky)  
**F**  nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 27. 8. 2021

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 jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!**