

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: Koudelková Petra

Pracoviště: IKSŽ FSV

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)

Práce odpovídá schváleným tezím

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte 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	C
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	D

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

Teoretická část práce obsahuje velké množství fragmentů různých textů. Je patrné, že tato problematika není v odborné literatuře zmapována, a proto měla autorka příležitost se na jejím zmapování podílet, což se povedlo jen částečně. Některé pasáže mohly být lépe zasazeny do kontextu - působí vytržené a celkově tato část vyznívá nekoncepčně. Na druhou stranu je nutné vyzdvihnout snahu autorky o zmapování všech oblastí, které zde hrají důležitou roli.

V praktické části kvitují provedené strukturované rozhovory, které sledují hlavní linii výzkumu a dokáží dát reálný obraz zkoumaného tématu. Bohužel závěrečná interpretace výsledků je horší. Konečné hodnocení je relativně krátké a popisné. To znamená, že nejde vždy k jádru věci. Například, proč jsou designéři frustrováni - bylo to prací nebo nedostatkem financí nebo tím, že influenceri jsou na poli módy žádanější? Mohlo se zde více projevit kritické hodnocení nebo osobní návrhy autorky vycházející z jejich získaných znalostí a zkušeností.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte 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	B

	vydáváné neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte písmenem F)	D
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Text je v některých okamžicích "těžkopádný". Objevují se špatně stylizované věty, které mohou vést až k dvojsmyslu. Obrázky nejsou odcitované (chybí zdroj).

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

Práce se zabývá aktuálním tématem. Jedná se o téma, které je relativně nové a má přesah do mnohých oblastí marketingu, prodeje, ale i sociologie a jiných. Autorka se snažila tyto oblasti zmapovat. To se jí částečně povedlo. V jednotlivých subkapitolách se ovšem pohybuje jen na povrchu tématu. Praktická část sice navazuje na teoretickou, ale díky roztržitosti teorie, to na první pohled není zcela patrné. Práce na praktické části byla lehce poznamenána i neochotou respondentů.

Hodnocení výsledků výzkumů mělo být konkrétnější, jak už je uvedeno výše. Takto provedené (konkrétní) závěry by byly podnětější. Přes to je práce zajímavá a otevírá dveře dalším výzkumům.

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

5.1	Co může být příčinou toho, že se designéři cítí podhodnoceni. Jak by měli vylepšit svoji marketingovou komunikaci, aby k tomuto jevu nedocházelo - aby si zákazníci jejich práci cenili a rozuměli konečné ceně?
5.2	Nemůže se za ochotou influencerů pokračovat v tvorbě merche skrývat jejich distribuční kanál, který jim mnohé zjednodušuje a přináší jim výhodu oproti designérům? Zdůvodněte svoji odpověď. Případně uveďte jiné důvody, které se dají vyvodit z práce.

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: 2.9.2021

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!