

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

POSUDEK MAGISTERSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

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

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce Posudek oponenta

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Hofmannová Vlasta

Název práce: Využití kvalitativního a kvantitativního výzkumu pro tvorbu následné marketingové strategie u tištěných médií

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Jungová Eliška

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Autorka vychází ze schválených tezí a práci obohacuje o evaluační metodu, která jí dovoluje hlouběji analyzovat proces a efekty začleňování výsledků výzkumu do praxe média

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	3
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	3
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	3
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	2
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	2

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

Analýza využití poznatků empirických výzkumů v kontextu rozhodovacích procesů v instituci tištěných médií. Tyto procesy autorka hodnotí z hlediska aplikace modelu integrované marketingové komunikace a upozorňuje na obtížnost jeho uplatňování v praxi.

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	Logičnost struktury práce, podloženost závěrů	2
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	2
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	2
3.4	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté	2

	bez udání zdroje, hodnotíte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přeжатé pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 7)	3
3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	2

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

Práce má logickou strukturu. V teoretické části charakterizuje obecně marketingové prostředí a strategii firmy. Přehledným a srozumitelným způsobem informuje o principech kvalitativního výzkumu Eye Tracking. Praktická část je věnována aplikaci výsledků kvantitativního i kvalitativního výzkumu, jejich promítnutí do doporučených změn a reálné aplikaci těchto doporučení. V závěru analyzuje změny v pozici titulu na trhu bezprostředně po přijetí nové strategie a usuzuje, v jaké míře mohou být důsledkem nového designu titulu nebo externích vlivů.

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

Diplomová práce je kvalitně provedenou případovou studií. Přináší jednak informace o využití technologicky zajímavé metody analýzy čtenářského zájmu. Dále systematicky a zdůvodněně referuje o praxi konkrétního média při využití výsledků empirického výzkumu. Je rozhodně přínosem pro poznání reálného fungování vztahu výzkumu a jeho aplikace.

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

5.1	V práci se na několika místech upozorňuje na možná interpretační zkreslení výsledků výzkumu již při jeho zpracování výzkumnou agenturou. Jde o obecné tvrzení nebo je to dojem autorky na základě znalosti závěrečných zpráv z výzkumů?
5.2	Tzv. soft data jsou výsledkem vlastního sledování autorky včetně rozhovorů s odpovědnými pracovníky. V textu se obtížně názory pracovníků hledají s výjimkou vedoucí marketingového oddělení a hlavního grafika. Charakterizujte stručně postoje ostatních důležitých osob při tvorbě strategie, její realizaci a hodnocení konečných efektů.
5.3	
5.4	

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

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 28.1.08

Podpis: .

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