

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: Gajdučena Darija

Název práce: In-store marketingová komunikace parfumerie Sephora

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Koudelková Petra

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 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)

Došlo ke změně typu výzkumu. Původní byl plánován s ohledem na pandemii covid-19, díky volnému režimu mohly být provedeny hloubkové rozhory.

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

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

Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. V teoretické části jsou uvedeny základní informace vztahující se k tématu. Pro hlubší vhled do problematiky mohly být jednotlivé podkapitoly více rozepsány.

V rámci praktické části bylo realizováno 10 rozhovorů se zákazníky Sephora, aby autorka dokázala odpovědět na tři stanovené výzkumné otázky. Rozhovory byly rozděleny do čtyř pomyslených okruhů a jejich vyhodnocení následují po metodologické části.

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	C
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.)	B
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná	D

	kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)	
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	E

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

Po formální stránce má práce určité nedostatky. Například rozhozený fond písma (viz kapitola 6), různobarevný text. Úprava názvů kapitol neodpovídá požadavkům v šabloně.

Bylo by vhodné mít každou kapitolu na samostatné stránce (není myšleno jako výtka, spíše jako návrh ke zlepšení vizuálního projevu do budoucna).

Práce obsahuje značné množství obrázků v přílohách.

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

Předložená práce se zaměřuje na in-store komunikaci v místě prodeje. Avšak toto zajímavé a stále aktuální téma je zpracováno relativně málo do hloubky a to jak v teoretické, tak i v praktické části, kde mohly být zjištěné výsledky více diskutovány.

Je dobré, že autorka si je vědoma určitých limitů ve své práci.

I přes tyto nedostatky se jedná o téma s dobrým záměrem, a proto hodnotím práci stupněm D/E. O výsledném hodnocení rozhodne průběh obhajoby.

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

5.1	Které prvky smyslového marketingu jsou pro Parfumerii Sephora nejdůležitější a proč?
5.2	Dala byste Parfumerii Sephora nějaké doporučení ke zlepšení in-store komunikace v jejich prodejnách?

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	
-----	--

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

- A
- B
- C
- D
- E
- F

nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 7.6.2022

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!