

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

**POSUDEK MAGISTERSKÉ 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: Jan Dobisik

**Název práce** Kreativní proces českých copywriterů

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Tereza Klabíková Rábová

Pracoviště: IKSŽ

**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 známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	B
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	B
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	C
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	B
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	B

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

Oceňuji, že autor poctivě prošel a prezentuje existující výzkumy a přehledy k profesi copywritera z různých úhlů pohledu, mapuje také přehledově situaci na české scéně.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení známkou
3.1	Logičnost struktury práce, podloženost závěrů	B
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	A
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	C
3.4	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotíte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.)	B

3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)	B
3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	A

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

Text je formulován ve vhodném registru, je srozumitelný a bez chyb. Poznámkový aparát není využit.

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

Vzhledem k autorem konstatované nedostatečnosti akademického zpracování tématu copywritingu v české republice se rozhodl pro exploratorní výzkum oblasti za použití smíšených metod, kterýžto přístup s sebou přináší i možnou nevyrovnanost či přílišnou šíři jednotlivých výzkumných podtémat: od sociodemografického přehledu tvůrců k vlastnímu procesu tvorby textů (přičemž spíše se jedná o obecnější uvažování o výkonu profese než o dotazování se na proces psaní jako takový). Počet i výběr respondentů pro obě šetření je přiměřený, zmíněno je i zajištění etiky výzkumu. Auto postupoval pečlivě a poctivě, prezentované výsledky jsou strukturované, kultivovaně podané a obsahují množství cenných podrobností. Celkově považují práci za zdařilou, byť nejednoznačně zaměřenou sondu do tematické oblasti českého copywritingu. V diskusi mohly být závěry více vztaženy k poznatkům uvedeným v teoretické části. V závěru současně autor nabízí další možnosti výzkumu vzešlé z jeho výsledků; např. postavení českých copywriterek je v kontextu již existujícího průzkumu českých novinářek mimořádně slibným tématem.

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

5.1	Shrnete, co nejpodstatnějšího bylo zjištěno k samotnému kreativnímu procesu dotazovaných tvůrců?
5.2	Co z výsledků vás vyloženě překvapilo?
5.3	
5.4	

**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:

Podpis: .....

***Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF, nebo jej zašlete sekretářce příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu.***