

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
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: Řihová Terezie

Název práce: Vnímání aktuálních trendů online reklamy se zaměřením na retargeting

Autor(ka) posudku

Příjmení a jméno: Huněk Filip

Pracoviště: KMS 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 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)

Práce odpovídá schváleným tezím. Struktura práce se drobně odchyluje od schválených tezí, ale tato změna je v textu práce řádně zdůvodněna.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	2
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	2
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	1
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	1
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	1

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

Autorka si pro svou práci zvolila aktuální téma, jímž je online reklama v prostředí nových médií. Téma zároveň vhodně zasazuje do kontextu mediálních studií.

V práci je použito množství odborných titulů, které autorka místy doplňuje o internetové či populárně naučné tituly, nežiní tak nicméně v rozsahu, který by šel za hranice obhajitelné akademické praxe.

Autorka vhodně identifikuje výzkumné metody, jež následně aplikuje v empirické části práce, a spolu s velikostí výzkumného vzorku tyto přispívají k přínosu práce v podobě zajímavých poznatků, jež se vztahují zejména k vnímání online reklamy ze strany uživatelů. Jako velmi vhodné se ukazuje doplnění kvantitativního výzkumu o výzkum kvalitativní, který umožňuje rozšířit poznatky kvantitativní o další spekty zkoumání.

Za zmínku stojí i poněkud netradiční rozdělení seznamu použité literatury podle jednotlivých kapitol, avšak tato skutečnost přispívá k přehlednosti práce a lepší orientaci čtenáře.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Logičnost struktury práce, podloženost závěrů	2
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	1

3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	1
3.4	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotíte stupněm 5. 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.)	2
3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	1
3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	1

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

Práce je napsána čtivou formou a i když autorka místy volí poněkud publicistický styl, lze tuto formu považovat za přiměřenou tématu, který si zvolila zpracovat. Za slabší stránku by bylo možno považovat poněkud nezvyklou strukturu práce, kdy 12 kapitol věnuje teoretické části, na kterou pak navazují 2 kapitoly praktické části. Tato struktura je však poplatná šíři záběru práce, ve které se autorka snaží představit problematiku online reklamy v její komplexnosti, a z tohoto pohledu je takto strukturovaná práce akceptovatelná.

Široký záběr má na druhé straně negativum v tom, že autorka v některých kapitolách zůstává na povrchu daného tématu a nepouští se více do hloubky. To lze dokumentovat zejména na kapitole o etice, která měla být dle schválených tezí jedním z pilířů práce.

Ocenit lze naopak vynikající stylistickou úroveň práce, jakož i její formální zvládnutí včetně relevantních příloh, na čemž je vidět výrazný odborný i profesní zájem autorky, stejně jako čas, který nad realizací práce strávila.

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

Diplomantka se pustila zajímavého tématu, které zpracovává v celé její šíři, což jí na jedné straně znemožňuje jít více do hloubky, na druhé straně však popisuje celou problematiku v její komplexnosti. Na práci je patrné, že byla zpracována pracizně a autorka na ní odvedla čas více než adekvátní k získání akademického titulu, na nějž aspiruje.

Práci doporučuji k obhajobě a přes výše uvedené výtky navrhuji známku výborně.

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

5.1	Jaké jiné metodologické postupy byste považovala za vhodné pro další zkoumání online reklamy?
5.2	
5.3	
5.4	

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

výborně – **velmi dobře** – **dobře** – **nedoporučuji k obhajobě**

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis:

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