

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

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

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

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)
 Posudek vedoucího práce Posudek oponenta

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Kaucká Kristýna

Název práce: Sociální sítě MySpace a Facebook jako součást internetového marketingu během let 2007-2008

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Máchová Eva, Mgr.

Pracoviště: UK, FSV Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra marketingové komunikace a public relations

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)
 Studentka dodržela naplánované teze - jejich strukturu, cíl práce i metodiku.

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	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	3
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	3
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	4

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
 Bakalářská práce odpovídá schváleným tezím, obsahuje teoretické informace, které jsou částečně aplikovány v kreativní části práce. Ovšem vzhledem k dvouletému odkladu obhajoby se nejedná o data z let 2007-8, ale o data aktuální - z roku 2009, což považuji za vhodnou změnu. Obecně práce splňuje obsah nastíněný v tezích, ovšem problematika mohla být rozpracována více do hloubky a zejména bych uvítala větší část věnovanou praktickému rozboru reálného použití sociálních sítí v marketingovém mixu (case study). V této podobě spadá práce spíše do rešerší odborné literatury k tématu sociálních sítí, což ovšem v současné době, kdy tento marketingový nástroj není nijak komplexně zpracován je přínosem pro publikum jak akademické tak "mladé" profesionály v oboru online marketingové komunikace.

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	Struktura práce	3
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	3

3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotíte stupněm 7. 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.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 7)	4
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	3

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

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

Práce postihuje zvolené téma (odpovídá tezím) a neobsahuje žádné problematické pasáže. Jedná se spíše o rešerši k zvolenému tématu, která je provedena správně. Ovšem z hlediska výběru tématu a hloubkou jeho zpracování (spíše povrchní) se nejedná o žádný mimořádný počín. Autorka se věnuje velice málo kreativní části práce (case study), která by byla pro mne a doufám i ostatní publikum zajímavá a přínosná a více by ukázala aplikaci teoretické části v praxi. Cíl ovšem autorka splnila - představila sociální síť jako marketingový nástroj v současném marketingovém mixu, nastínila i prognózu do budoucna a v závěru se zamyslela nad vlivem online komunikace na offline sociální vazby. Výtku mám ještě k formálnímu zpracování práce (překlepy, nestejně formátované odstavce, kapitoly, jednoslovná slova - sirotci na konci řádku ...), které bylo šité horkou jehlou a zasloužilo by ještě korekturu.

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

5.1	Sociální síť a politický marketing?
5.2	

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

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 27. 1. 2010

Podpis:

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