

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 vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Karolína Rybářová

Název práce: Marketingová komunikace Českého červeného kříže od roku 2007 do současnosti

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: MUDr. Ježek Jiří

Pracoviště: AGNES, o.s.

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)

Práce odpovídá schváleným tezím, bez komentáře.

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	1
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	1
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	1
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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

Autorka dobře zmapovala dostupnou literaturu k tématu, včetně základních publikací k tematice neziskových organizací obecně. Využila je v míře, kterou tyto publikace smysluplně umožňovaly, a to zejména v teoretickém přístupu k řešení tématu. Informace přímo k tematice ČČK čerpal zejména z webových stránek a přímých lidských zdrojů, konkrétní odborná literatura není v této oblasti dostupná.

Autorce se podařilo získat vyčerpávající informace a vytvořit si reálný obraz o situaci ČČK v oblasti marketingu. Z tohoto obrazu i z jeho zjevné reálné roztržitosti vyvodila jasné závěry, konstatující chybějící jednotnou marketingovou strategii ČČK. Zároveň vyvodila, že tato absence strategie je v očividném rozporu s naléhavostí a silou témat, jimiž se ČČK zabývá a tento potenciál nevyužívá.

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	1
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté	2

	bez udání zdroje, hodnotěte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přejeté 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.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte stupněm 7)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Práce má logickou strukturu, účelně odkazuje na použité zdroje. Po jazykové stránce je terminologicky korektní a srozumitelná. Práce je doplněna několika ilustrativními přílohami, sloužícími pro utvoření lepšího obrazu o marketingových nástrojích ČČK.

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

Oceňuji dotáhnutí záměru práce do konce, vzhledem k tomu, jak roztržitá a nekomplexní situace v oblasti marketingu u ČČK v současné době je. Autorka dokázala najít základní silné stránky (témata) ČČK a upozornit na možný potenciál k tvorbě skutečné marketingové strategie této organizace. Zároveň zasadila situaci v ČČK do širšího kontextu situace neziskových organizací v ČR.

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

5.1	Která témata vidíte u ČČK jako nejsilnější a nejhodnější k využití pro tvorbu budoucí marketingové strategie?
5.2	Na jaké hodnoty byste apelovala při zaměření marketingu pro veřejnost? Které cílové skupiny z řad veřejnosti Vám připadají nejlépe využitelné a oslovitelné?

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

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis:

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