

**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: Tereza Bílková

**Název práce:** Analýza marketingové komunikace firmy STUDENT AGENCY se zaměřením na rozšiřování produktového portfolia

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Köppl Daniel

Pracoviště: FSV - Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra marketingové komunikace a PR

**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 velmi dobře drží strukturu a veškeré odchylky od schválených tezí vyplynuly autorce celkem logicky v průběhu psaní práce. Z tohoto pohledu považuji provedené změny za přínosné.

**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	2
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	2
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)

Uvedná práce je po formální stránce velmi pečlivě zpracovaná a autorce se podařilo prokázat schopnost práce s odbornou literaturou.

**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	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte 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.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná	2

	kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 7)	
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

**KOMENTÁŘ** (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Autorka v celé své práci píše název firmy verzálkami, aniž by byl pro uvedený krok jasný důvod (případný argument zápisu v obchodním rejstříku nevnímám jako relevantní, protože i jiné firmy, které jsou v rejstříku zapsány verzálkami se běžně píšou podle pravidel českého pravopisu). Jakkoliv je uvedená práce velmi precizní ve využívání zdrojů (přehlednosti ji dodávají i schémata např. na str. 5, 7, 9, 30...) v některých pasážích autorka zbytečně pracuje s "žoviálními" vsuvkami jako jsou např. fráze - "Otázka, která vyvstává na povrch" (str. 6) nebo "firma tento nástroj s oblibou používá v kombinaci s reklamou" (str. 24) a poněkud nekritickým přístupem ke zdrojům (např. str. 10 citace Radima Jančury)

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

Uvedená práce je zpracována velmi pečlivě a autorka v jejím průběhu dokazuje, že umí pracovat s odbornými zdroji a je schopná analytického myšlení. Je pak zbytečnou škodou, že v některých částech práce si autorka neudržela patřičný odstup od zpracovávaného tématu a v dalších pasážích (např. u analýzy jednotlivých komunikačních nástrojů) nešla za hranice popisu uskutečněných událostí. Je možné, že se autorka až příliš striktně držela analytických postupů, čímž práci ochudila nejen o vlastní názor, ale i o "důmyslnější" přístup k tématu (patrně je to především v druhé kapitole, kde např. v části reklama v místě prodeje chybí zmínka o komunikaci v dopravních prostředcích). Celkově ale považuji tuto práci za výbornou.

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

5.1	V úvodní části a ani v práci samotné se nevěnujete otázce osobnostního PR majitele této firmy. A to i přesto, že právě tuto formu marketingová komunikace firma používá. Můžete, prosím, vysvětlit, proč jste tuto část komunikace firmy vynechala?
5.2	

**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!**