

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

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ 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: Vysloužilová Kristýna

**Název práce:** Marketingová komunikace města Plzně v souvislosti s kandidaturou na titul Evropské hlavní město kultury 2015

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: PhDr. Dolanská Nora, MBA

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)

Na první pohled úspěšná kandidatura na titul Evropské město kultury připravila Plzeňanům horké chvíle, zejména v posledním období. Plzeňský place marketing, jak ho na základě teorie rozebírá diplomantka ve své práci, doznal mnohdy trhlín a byl často nahrazován tzv. crisis managementem, tedy krizovou formou komunikace s veřejností. Na záměrech práce to však nic neubralo, pouze se z hlediska teorie ukázalo, že ne vždy dobře připravená marketingová taktika účinně zabírá.

**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	1
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	2
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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

Výsledná studie je zejména z hlediska teorie připravena velmi dobře; zpracovávání do časových bloků by ale vyžadovalo časovou distanci, ve které se teprve prokáže, co vše může strategická marketingová komunikace zvládnout, nicméně na to diplomantka díky termínům odevzdání práce nemohla čekat.

**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	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 bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby	1

	s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	3
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
 Zejména v úvodní teoretické části jsou používány hojně knižní odkazy a citace, v další fázi se autorka opírá spíše o veřejně dostupné materiály, tiskové ohlasy a svou vlastní zkušenost. Žel na str. 42 zůstala neopravená zásadní chyba - "zástupci byly" (posléze errata!).

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

Líbí se mi jednotlivé strategické plány Hypercubes, kavárna Incognito jako místo setkávání realizačního týmu s veřejností, systém ambasadorů projektu a jejich aktivního, někdy i méně iniciativního, začlenění do projektové přípravy, projekty "Žena Plzeň", "Šumivá komunikace" a "Otevřete si Plzeň" (nejsem si jistá, zda v anglickém překladu má stejný dvojsmyslný význam) a jejich dokumentace diplomantkou. Velmi pečlivě hodnotí efektivitu a dotýká se i řešení současných problémů s financováním celé akce. Práce je pečlivá, systematická, bohužel ji kazí nepřijemný gramatický nedostatek.

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

5.1	Jsou Plzeňané v současné době málo hrdí na své město a nedokáží jej prezentovat světu v tom světle, jak se u projektů tohoto typu očekává? Je chyba v interní komunikaci?
5.2	Jakou strategii byste zvolila v place marketingu na poslední období (ve finiši) před rokem 2015?

**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!**