

**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: Kořínková Tereza

**Název práce:** Marketingová komunikace Evropy 2 za rok 2011

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Maršík Josef

Pracoviště: IKSŽ - KŽ

**1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným тезím	Odchyluje se od тезí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od тезí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od тезí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným тезím
1.1	Cíl práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 тезí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Autorka pojednává o dílčích úpravách тезí a struktury práce v jejím úvodu. Vhodně je zdůvodňuje a já s těmito změnami souhlasím,

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

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

Tereza Kořínková stála před nelehkým úkolem, a to propojit dvě relativně samostatné odborné oblasti- rozhlas a marketingovou komunikaci. Obě jsou pokryty relativně samostatnou základní literaturou. Jen málo titulů se ale týká vlastního tématu práce. Ke zpracování bakalářského úkolu se proto autorka musela seznámit se základní literaturou z obou oblastí. Přesto mohla čerpat i z další literatury, např. věnované formátům rozhlasových stanic. Nicméně lze konstatovat, že relevantní literaturu zvládla a prokázala dobrou schopnost její aplikace při zpracování bakalářské práce. Výklad je logický, autorka systematicky postupovala od obecných shrnujících údajů a charakteristik "zázemí" stanice Evropa 2 ke konkrétním marketingovým akcím. Závěry, k nimž dospěla, např. ve SWOT Analýze (s.11 - 13) a v samotném závěru práce by měly být průkazněji podloženy.

**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	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejeté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci)	1

	k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhnete, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
 Struktura práce odpovídá (s dílčími úpravami) schváleným tezím a zvolenému cíli. Poznámkový aparát práce je zpracován pečlivě, stejně jako její celková formální úprava. Citace jsou přiměřené a funkčně dokumentují text. Přesto jsem zaznamenal drobné chyby a neopravené překlepy, např. s. 6, 9, 12, 18, 22, 27, 29 a stylistické nedostatky, publicismy, např. s. 7, 12, 13. Přílohy jsou funkční, grafická úprava pečlivá..

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

Oceňuji, že autorka zpracovala "interdisciplinární" téma, kterému dosud nebyla v bakalářských i magisterských diplomových pracích věnována náležitá pozornost. Autorka pravidelně konzultovala a na zpracování tématu se dobře a svědomitě připravila. Nemohu jí vytknout žádné zásadní chyby a nedostatky, pouze jednu věc. V závěru práce uvádí, že "cílem ..práce bylo poskytnout souhrnný popis a analýzu marketingových aktivit, které rádio Evropa 2 v roce 2011 uvedlo". První část tohoto cíle, tj. souhrnný popis, splnila na velmi dobré úrovni. V jeho druhé části ale, dle mého soudu, zůstala na půli cesty. I slibovaná analýza je tvořena souborem popisů jednotlivých marketingových akcí. Také zmiňovaná SWOT Analýza by mohla být propracovanější a průkaznější. Tato slabší stránka práce mě nakonec dovedla k závěru, že při výsledném hodnocení se přikloním spíše ke známce velmi dobře než výborně.

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

5.1	Marketingové kampaně a celkovou marketingovou komunikaci Evropy 2 hodnotíte vesměs pozitivně. Zaznamenala jste také nějaké její slabé stránky, na které byste mohla vedení Evropy 2 upozornit?
5.2	V závěru uvádíte, že pořady Evropy 2 nikdy nevystoupily ze "solidního průměru", a proto dospíváte k závěru, že úspěch Evropy 2 je determinován právě "dobře zvolenou marketingovou strategií". Není to jen Váš subjektivní názor?

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

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: ..... 10.6.2012 .....

Podpis: .....  .....

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