

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: Drzková Veronika

Název práce: Vliv členství České republiky v Evropské unii na právní úpravu a praxi komerční komunikace

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Matušková, Anna

Pracoviště: 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 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)

K tezím a jejich zpracování nemám další komentář.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte 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	3
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	2
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

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

Autorka si zvolila velmi zajímavé téma, které je rozhodně vhodné a důležité zkoumat, a to roli evropské legislativy na úpravu legislativy České republiky a následně na komerční komunikaci. A zde se již v úvodu práce dostávám k hlavnímu problému textu, a to jeho vychýlení z oboru marketingové komunikace a PR. Text je solidní právníckou prací, kdy jsou porovnávány dvě rozdílné legislativy (autorka korektně používá komparativní metodu), nicméně část, která by se měla soustředit na marketingovou komunikaci, je zcela poddimenzována.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	2
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
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 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 kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	2

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

Největším problémem textu je, jak již oponentka uvedla fakt, že jde o text, který by bylo logické obhajovat v rámci studia práva. Další výtky směřují k nejasně vymezeným cílům práce (nevíme jaké konkrétní zákony či normy budou zkoumány, není jasně definováno v jakém období). Autorka konstatuje, že jde o deskriptivní text, což je pravda, nicméně na místě by bylo pokusit se o nějaký analytický přesah. Nemám problém se způsobem, jak jsou porovnávány legislativní normy, bohužel tu chybí návaznost ke zmiňované komunikaci.

V analytické části práce autorka ad hoc vrší různé značky a produkty, na kterých ilustruje evropské normy. Zde je opět nutné zmínit, že cílem mělo být zkoumat, jak evropská legislativa mění komerční komunikaci, což se něděje.

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

V rámci obhajoby je vhodné, aby se diplomantka vyjádřila k metodologickým problémům a jasně vysvětlila propojení s teorií marketingové komunikace. Zároveň vysvětlila proč chybí základní marketingová literatura. Na druhou stranu je nutné zmínit, že jde o solidní právnický text. Obhajoba bude zcela záviset na schopnostech diplomantky prokázat propojení s obsahem jejího studia. Práci doporučuji hodnotit kvůli zmíněným výtkám stupněm velmi dobře v závislosti na průběhu obhajoby.

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

5.1	Vysvětlete hlavní cíle práce a metodologický přístup.
5.2	Jakým způsobem se evropská legislativa odráží v komerční komunikaci zmiňovaných značek

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

výborně – **velmi dobře** – **dobře** – **nedoporučuji k obhajobě**

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Obhajoba textu závisí na schopnosti autorky prokázat, že jde o dílo vycházející z teorie marketingové komunikace.

Datum:

Podpis:

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