

**PhDr. Zdeněk Křížek**

**posudek na bakalářskou práci**

**Lucie Piřhové**

## **„Marketingové strategie časopisu Respekt“**

### **Volba a upřesnění tématu**

Autorka si dobře definuje téma práce, výzkumný cíl i hypotézy. Evidentně patří mezi příznivce časopisu Respekt, což však nelze považovat za chybu, neboť její text ve své analytické části je zcela objektivní.

### **Metodika zpracování bakalářské práce**

Práce zachovává standardní strukturu, text postupuje od teorie k praktické (empirické) části zcela logicky a přehledně. V zásadě až na výjimky (viz dále) respektuje zákonitosti tvorby odborného textu.

Práce je badatelského typu, to znamená, že autorka vyhledává informace, utřídí je, dává do souvislostí, aniž by přinášela výraznější autorské stanovisko, názory, nové pohledy, návrhy řešení apod. Autorka prokázala, že se umí v problematice orientovat, dokáže využívat informací z dostupných zdrojů a implementovat je do svého textu. Domnívám se, že pro tento stupeň kvalifikační vysokoškolské práce je tento přístup dostačující. Výraznější autorskou „nadvstavbu“ bylo lze očekávat až od stupně práce diplomové.

### **Obsahová stránka – teoretická část**

Pojednání o marketingu a marketingových komunikacích je v zásadě správné. Definice marketingových komunikací ovšem vychází ze zdroje, který není podle mého názoru zcela relevantní. Přesnější je pak definování „integrováné komunikace“, kterou autorka uvádí hned v následujícím odstavci a která je přijímána většinou současných autorů (str. 10).

Z hlediska návaznosti výkladu by pak bylo logičtější začít definicí marketingu obecně a pak se teprve zabývat marketingovými komunikacemi. Tato připomínka je však marginální.

Při definování marketingového mixu 4C interpretuje autorka třetí C jako „Convenience“; v jiných zdrojích by se mohla setkat s interpretací „Competition (soutěž, konkurence).

### **Praktická (empirická) část**

Obecná analýza časopisu Respekt by jistě mohla být předmětem diskusí. Autorka provádí jakousi vlastní obsahovou analýzu, která není vždy podložena odkazy na jiné zdroje. Domnívám se však, že Respekt je natolik specifický a výrazný tiskový mediální produkt, že stačí využít empirie, abychom mohli tvrdit, že jde o časopis, který je vnímán jako zdroj informací pro náročnějšího čtenáře a výrazně se tak liší od naprosté většiny jiných časopisů s více či méně zábavným nebo přímo bulvárním zaměřením. Ostatně autorka se později v textu odvolává i na výsledky výzkumu provedeného v roce 2010, které částečně její stanoviska potvrzují.

V práci jsem postrádal odkaz údajů ze SWOT analýzy Reflexu. Či jde opět o vlastní názory autorky?

Virální marketing není spojený pouze s internetem a dalšími on-line komunikacemi (str. 54), i když v daném případě jsou tyto komunikace jako nosiči virálního marketingu nejvýznamnější a nejvýraznější.

Otázka, proč Reflex ztrácí čtenáře, je jistě legitimní. Subjektivně lze samozřejmě předpokládat, že příčinou je pozvolný, ale dlouhodobý odklon čtenářů od serióznějšího a náročnější tisku směrem k médiím zábavným a bulvárním. Autorka se však uvedení tohoto soudu správně vyhnula. Problém je totiž složitější a jeho analýza by předpokládala náročný a obecněji zaměřený výzkum, který není v možnostech bakalářské práce. Byla by snad možná jen jistá sonda, která by ale nebyla s to postihnout problém v celé komplexnosti.

### **Práce se zdroji**

V tomto bodě je možné vytknout jisté nedostatky. Autorka sice na zdroje v zásadě správně odkazuje, ale ne vždy důsledně. Chybí např. odkazy na tabulky a grafy v textu. I když v přílohách je seznam tabulek, grafů a obrázků, není jasné, odkud jsou převzaty. Rovněž „poznámky autora“ – většinou jde o definice či vysvětlení použitých termínů – nejsou odkázány na zdroje, i když je evidentní, že nejde o vlastní výklad autorky této BP.

### **Jazyk textu**

V zásadě zde nejsou závažnější chyby, našel jsem jen dvě pravopisné chyby:

Str. 35: „Ve srovnání s jinými čísli...“

Str. 45: „Mezi preferované oblasti (...) patřili...“

Z hlediska syntaxe je text v pořádku, je psán jasnou a srozumitelnou formou.

**Celkové hodnocení**

Přes uvedené připomínky považuji práci za obhajitelnou. Autorka dodržela téma a zaměření práce a v zásadě splnila cíl, který si stanovila.

Hodnotím stupněm 2 -.

V Praze dne 26. 1. 2015

PhDr. Zdeněk Křížek