

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: Anna Šromová

Název práce: Propagace zdravého životního stylu v nekomerční reklamě

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Mgr. Anna Strejcová

Pracoviště: IKSŽ, FSV UK

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)

Teze v zásadě odpovídají výsledné podobě práce. Na rozdíl od původního záměru uvedenému v tezích se autorka v práci málo věnuje bodu 3. komparaci dalších kampaní a omezuje se na jejich popis.

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	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	3

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

Autorka si vybrala zajímavé téma, marketing neziskových organizací, které se poušila ilustrovat na konkrétní kampani Dny zdraví, a dobře v ní charakterizovala znaky nekomerční reklamy a sociálního marketingu. Bohužel se ale zaměřila na neúspěšnou kampaň, která nevyužila svůj potenciál, a tak musela vycházet jen z omezených mediálních výstupů v tisku. Autorka podle mého názoru použila omezený okruh literatury, přičemž málo využila možnosti čerpat ze zahraniční literatury, jež je v tomto ohledu bohatší než ta česká.

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	2
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 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 s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	1

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	2

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

V práci chybí metodologická část, tedy alespoň základní popis použité metody při zpracování tématu (deskriptivní analýza komunikace) a její přínosy pro zkoumání daného tématu. Autorka nevysvětluje, proč zvolila jazykový rozbor článků publikovaných o Dnech zdraví. V úvodu chybí informace o tom, jaký je cíl práce (naopak tato informace se objevuje až v závěru) a jaké jsou výzkumné otázky. Závěr je příliš stručný a bylo by vhodné jej rozvést. Jako problematické hodnotím používání ich formy v úvodu práce a neoborných výrazů. Co se týká příloh, letáky nejsou přetištěny v dobré kvalitě, nicméně jako ilustrace jsou postačující.

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

Téma marketingu neziskových organizací je v českém kontextu nové, které má z mého pohledu velký potenciál a je důležité se jím zabývat. Proto oceňuji, že se mu autorka rozhodla věnovat. Přínosné by bylo zaměřit se v práci na jinou, úspěšnou kampaň, pokusit se najít rozdíly ve způsobu komunikace a porovnat výsledný efekt obou kampaní (autorka si je tohoto faktu vědoma, jak píše v závěru, ovšem bohužel nedošlo k realizaci tohoto záměru).

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

5.1	Jak si představujete dobře zvládnutou nekomerční kampaň zaměřenou na propagaci zdravého životního stylu? Můžete uvést konkrétní příklad ze zahraničí, jaké inovativní způsoby propagace využívá?
5.2	Jaké kroky byste doporučila učinit manažerům kampaně Dny zdraví, aby se zvýšila publicita kampaně?

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!