

**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: Staňková Věra

**Název práce:** Marketingová komunikace sítě knihkupectví Neoluxor v letech 2008–2012

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Halada Jan

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)

Finální podoba práce odpovídá zadaným tezím.

**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	1
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	1
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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

Věra Staňková ve své bakalářské práci využívá fundované znalosti prostředí, které popisuje, ale i celého procesu knižního trhu a jeho marketingových procesů, které jsou různým způsobem využívány a uplatňovány.

Konečnou částí zkoumaný subjekt, knihkupectví Neoluxor, představuje vhodný a vědecký předmět detailního zkoumání i deskripce a analýzy. Diplomantčina znalost prostředí je zjevnou a nezpochybnitelnou výhodou pro hodnotitele, stejně tak i navrhované změny směřující k zlepšení komunikace marketingu Neoluxoru. Důležitou připomínku k celkové marketingové komunikaci knihkupecké sítě pak představuje i důležitost nastavení nutnosti jednotného korporátního designu. Je přirozené, že v bohatě dokumentované bakalářské práci je možné najít i doplnit některé návrhy či řešení, respektive poukázat na některé věci, jež autorce unikly, či bylo by vhodné je uvést, mám na mysli otázku akcí samotných nakladatelství v prostorách Neoluxoru na Václavském náměstí, ale i jinde, a to koncepčně je využít apod.

**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 přejaté bez udání zdroje, hodnotěte 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, hodnotěte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

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

I když bakalářská práce byla již napsána v minulém roce, těžko ji lze něco zásadního vytknout, citační norma je dodržena, je kvalitně materiálově zdokumentovaná, sice jsou někde překlepy, ale jen ve velmi malé míře. Obrazová příloha je názorná, vhodně doplňuje text, vykazuje kvalitní informační i grafickou úroveň.

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

Bakalářská práce Marketingová komunikace sítě knihkupectví Neoluxor v období 2008–2012 je kvalitním přínosem o oblasti zkoumání marketingové komunikace prostředí knižního trhu: jak knižní trh v úvodní části, tak i samotný řetězec knihkupectví Neoluxor a analýza jeho marketingové komunikace ve sledovaném období, tak i komparace s konkurencí, včetně dotazníkového šetření a návrhů na zlepšení komunikace společnosti Neoluxor, to všechno vykazuje velmi vysoké parametry v deskripci, analýze i komparaci celého textu. Nemám v těchto souvislostech zásadní připomínky k zvolenému postupu a jeho výsledkům. Jak dotazník, tak i návrhy na zlepšení jsou podle mého názoru podnětné a inspirativní, i když možná záběr respondentů mohl být z hlediska dotazovaných skupin širší. Bakalářská práce Věry Staňkové představuje jak volbou tématu, tak i pečlivým zpracováním k tomu velmi dobrému, co zde v oblasti marketingové komunikace vzniklo a v oblasti knižního trhu určitě k tomu nejlepšímu.

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

5.1	Do jaké míry se v komunikaci Neoluxoru projevila vaše doporučení?
5.2	Jak si v současnosti, po roce, vede společnost Neoluxor?

**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!**