

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: Perézová Aneta

Název práce: Značka Canon v médiích od vzniku v České republice po současnost

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Tereza Klabíková Rábová

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Výsledná práce se odchyluje jen ve výkladu propagace značky Canon v médiích, místo hlediska jednotlivých médií volí hledisko časové, což je zcela v pořádku a logičtější (není to ale komentováno).

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	2
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	1
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

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

Výběr zdrojů je dostačující; diplomantka dobře pracuje s terminologií. Teoretická část je místy dost obecná; mám pocit, že ta praktická, "technická" stránka věci vás baví víc.

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, 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.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 5)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Obrátům "Canon bezpečnostní kamery, Canon produkt" bych se vyhýbala; místy nesprávný zápis procent (20% x 20% = dvacetiprocentní), pomlčka/spojovník, interpunkční, pravopisné chyby (s. 14). Práce je ilustrována obrázky a přílohami. Způsob citování není výhodný, neboť splývá s poznámkovým aparátem. Na s. 23/24 mi chybí odkaz k literatuře. Styl textu je dobrý, výklad srozumitelný a celková práce vhodně upravená.

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

Práce svědčí o dobré orientaci diplomatky v tématu a jejím zájmu a zvolené téma pojímá kvalitně a komplexně (i diachronně, z čehož je patrné, jak – nejen – tištěná média rychle zastarávají). Zároveň prokazuje znalost marketingových a reklamních konceptů v rámci mediální prezentace značky. Předkládá některé velmi poučné detaily, např. z historie společnosti, k nimž měla přístup. Dotazníkové šetření je v pořádku, logicky sestavené, jen mi chybí jeho detailnější popis (je někde uveden počet respondentů?, celkový přehled otázek) a hlavně závěrečné zhodnocení, prolnutí, interpretace právě mediální viditelnosti a jejího vlivu na prodeje – v závěru jsou uvedeny výsledky dotazníku, který se týkal povědomí o značce, a pak jen "čísla", téměř bez shrnujícího komentáře, jak tedy prezentované aktivity reálně ovlivnily zisky společnosti (být by to tam z mediálního pohledu nemuselo, ale kapitolu jste tak postavila sama). Oceňuji, že se diplomantce podařilo podržet si objektivní odstup od jí blízkého tématu. Výsledné hodnocení bude závislé na obhajobě a zodpovězení otázek.

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

5.1	Mohla byste více osvětlit analýzu ze s. 36 – proč jste konkurenty porovnávala zrovna v tomto časopise, co se z výsledků dá odvodit...?
5.2	Nedohledala jste další (zahraniční) texty věnující se speciálně marketingové komunikaci tohoto segmentu?

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!