

**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: Dostálová Veronika

**Název práce:** Politický marketing a osobní branding: případová studie Dominik Feri a Matěj Hollan v online prostředí

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Soukeník Štěpán, MA

Pracoviště: Katedra marketingové komunikace a PR, 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)

Ve vztahu tezí a výsledné podoby práce nevidím zásadní problém. Cíl, technika i struktura byly naplněny, s drobností v podobě lehce přeskládaných částí v rámci teorie, ale toto hodnotím jako marginalitu. Výsledná podoba práce z tohoto pohledu dává smysl.

**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	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

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

Práce Veroniky Dostálové rozebírá velmi aktuální téma, kterým je osobní branding a aplikuje jeho teoretické modely na příkladu dvou mladých českých politiků, Dominika Feriho a Matěje Hollana.

Zvolení právě těchto dvou osob pokládám za velmi vhodné, protože u nich i marketingově nezasevčený člověk při dlouhodobém sledování mohl zaznamenat určitou míru podobnosti, která ale není a nebyla 100% stejná. Jejich komparace a zaměření se na to, zda na jejich osoby a činnost můžeme aplikovat teorie vytváření značky, je zcela na místě.

Obsahově práce těží především z kvalitní struktury, metodologie a propojování teoretické části s praktickou. Teoretická část zahrnuje klíčová jména spojená s jednotlivými částmi, avšak je pojatá možná zbytečně nekriticky a deskriptivně, nicméně stále plně v souladu s požadavky na bakalářskou práci.

Metodologie je pojatá kvalitně a také praktická část jde dostatečně do hloubky a dotýká se jazyka, vizuality i textace. Zvlášť povedená je závěrečná komparativní část.

### 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 výték)

Z pohledu formálního je práce v pořádku. Jazykově a stylisticky je až na několik málo překlepů je práce taktéž zvládnutá dobře, s tím, že postupem čtení se práce zlepšuje. Úvod a první část teorie byl býval z hlediska struktury a logičností lépe ještě jednou projet, ale není to nic, kvůli čemu by práce zásadně trpěla.

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

Celkově práci Veroniky Dostálové hodnotím výborně. Je trochu škoda, že se nepodařilo získat rozhovory obou subjektů, ale dobrý výzkumník s tím musí počítat, a tak byla jeho část vhodně doplněna jinými zdroji, i když sekundárními. Teoretická část by v ideální podobě zasloužila o něco větší hloubku, ale to dávám autorce spíše jako případné doporučení pro další práce v rámci navazujícího magisterského studia.

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

5.1	Jaké další osobnosti českého politického života se dají pokládat za výrazné značky? Čím konkrétně (alespoň jeden příklad) se to projevuje?
5.2	Jakou roli hrají média (zpravodajské portály či jejich tištěné ekvivalenty) v procesu tvorby značky politika? Vybavíte si nějaký příklad toho, kdy nějaký politik (český či světový) ztratil část hodnoty své značky, nebo úplně celou, díky jeho positioningu v mediálním prostoru? Jaké typy událostí mohou ztrátu hodnoty značky podnitit či zapřičinit?

### 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!**