

**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: Ferreira de Sousa Natálie

**Název práce:** Komunikační strategie módní značky Everlane

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Koudelková Petra

Pracoviště: MKPR, 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)

Práce se oproti tezím změnila v uspořádání a obsahu jednotlivých kapitol. Jedná se o pozitivní změnu.

**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	3
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	3
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	3

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

Bakalářská práce se skládá ze dvou pomyslných celků, kdy první je tvořen teoretickými východisky, které se zabývají e-commerce, včetně jejich principů komunikace a přesahem do módního průmyslu. Jedná se o svěží pohled na vymezení teoretické základny k problematice moderní marketingové komunikace. Praktická část se zabývá popisem zkoumané značky a analýzou jejich komunikačních nástrojů. Na základě této komunikace dochází ke shrnutí a formulování doporučení.

**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	2
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	1

	kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	3

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Práce má dobrou grafickou úpravu. Neobsahuje žádné přílohy. Počet stran měl být o něco větší. V jednom okamžiku se rozhodlo číslování kapitol (3.3.1. a 3.3.1.1 a dále).

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

Autorka se ve své práci zabývala komunikační strategií značky Everlyne. V teorii vymezila e-commerce a e-commerční komunikaci, protože ta je pro značku typická. Ovšem provázanost teorie s praxí je velmi slabá. Analytická část předkládá analýzu hlavních nástrojů marketingové komunikace. U některých nástrojů měla být autorka konkrétnější a u dalších se snažit získat více informací (např. kampaně).

Zhodnocení je sice založeno na získaných informacích z výše provedené analýzy, nicméně sezde moc neprojevuje kritické myšlení.

Práce má určité formální, ale hlavně obsahové nedostatky, např. se ke konci práce vytrácí ona udržitelnost, která byla v úvodu akcentována.

Nedostatečnost v některých subkapitolách je zapříčiněna nedostatkem informací, které se autorce bohužel nepodařily získat ani přes opětovné snahy.

Kvůli výše uvedeným skutečnostem práci hodnotím stupněm 3.

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

5.1	Zamyslete se nad tím, zda jsou pop-upy, které značka čas od času realizuje, pro ni výhodné nebo ne. Zkuste srovnat s nějakou jinou značkou, která praktikuje také tyto pop-upy. V čem jsou výhody a nevýhody tohoto konceptu.
5.2	

**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!**