

UNIVERZITA KARLOVA
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: Říhová Linda

Název práce: Sociální marketing a jeho fungování v českém prostředí

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Klimeš David

Pracoviště: MKPR 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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)

Autorka popisuje sociální marketing a jeho fungování v českém prostředí. Původně chtěla především zkoumat projekt Zachraň jídlo, ale struktura i technika práce byla změněna z důvodu vznikající podobné práce. Zatímco u struktury je změna v pořádku, technika práce není jasná a průzkazná.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	C
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	B
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	D
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	C

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

Autorka popisuje sociální marketing a nové trendy v této oblasti. Některé formulace jsou sporné: Opravdu myšlenku sociálního marketingu poprvé nadhodil psycholog G. D. Wiebe v roce 1951? Nebavíme se o něčem, co třeba pod jinými jmény už ve společnosti bylo mnohem déle (např. Ottův obchodní slovník: "Dobročinné ústavy neobjedou se bez reklamy, takže v těchto případech pracuje reklama přímo v zájmu lidstva.").

Autorka zajímavě rozvíjí myšlenku samotné touhy člověka/občana/spotřebitele po konání dobra, ale brzo se spokojí se zavedeným rozřazením sociálního marketingu dle citovaných knih.

Práce nemá žádnou zjevnou metodu, což je největší limitace práce.

Data o problematice plýtvání potravin jsou důvěryhodná a dobře interpretovaná.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	C
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B

3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. 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.)	B
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	B
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

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

Ve struktuře práce lze jen velmi těžko odlišit teoretickou a praktickou část.

Při citování autorů jsou někdy vypsána křestní jména, někdy ne.

Někdy jsou překlady z angličtiny velmi kostrbaté („Noví občané chtějí být informováni, konzultováni a podněcováni k dobrému chování“).

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

Práce se zabývá důležitým tématem jak z hlediska společnosti jako celku, tak v rámci rozvoje marketingu.

Autorka si nerozdělila práci na teoretickou a praktickou část, nezformulovala tedy žádné závěry z výzkumu literatury. Při absenci výzkumných otázek je pak těžké uchopit praktickou část.

Pozitivem práce návrh lepší a racionálnější komunikace mezi aktéry v oblasti.

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

5.1	Zmiňujete Michaela Sandela a jeho koncept nového občanství. Jak by se takový přístup mohl konkrétně projevit ve zkoumané oblasti?
5.2	

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNICENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A (výborně) B C D E F (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!