

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: Michaela Tobolová

Název práce: Pragmalingvistická analýza teleshoppingu produktů z oblasti kosmetiky a fitness

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 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 odchylky od tezí komentuje: nepodařilo se jí získat původně plánovaný rozhovor; při zpracovávání narazila na metodologické obtíže – z těchto důvodů se od tezí odchýlila.

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	B
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	B
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	C
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	B

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

Autorka cituje i zcela konkrétní aktuální studie k tématu; rozsah použité odborné literatury je dostatečný.

Diplomantka byla nucena měnit původně zamýšlený výzkumný design, neboť se ukázalo, že postihnout či měřit manipulativnost jednotlivých výroků obsažených v teleshoppingu je obtížné, neřkuli nemožné. Po mnohých změnách ovšem sestavila přiměřené dotazování a propojila jej s vlastní analýzou.

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	B
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	C

	kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)	
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Obsah zřejmě omylem uvádí jmenovitě každou otázku dotazníku (?). Text je bez chyb, až na výjimky (konativní x konotativní, interpunkce, mezery po tečkách, zhlédnout spot, ta syntax, místy nejasná formulace, pomlčka/spojovník). Text je zarovnán do bloku jen částečně.

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

Změny, které bylo nutno při psaní bakalářské práce učinit, svědčí mj. o tom, že teleshopping je v rámci marketingové komunikace zřejmě slepou uličkou (a ochota ke komunikaci jeho zástupců s veřejností či stakeholdery téměř nulová), ale i neprobádaným územím a zároveň bizarním úkazem, totéž vyplývá z podaného nástinu situace teleshoppingu v České republice. Výklad teorie je funkční, vlastní analýza zdařilá. Text je vhodně složen z několika analytických součástí a prokazuje, že autorka se tématem skutečně podrobně zabývala. Překvapivý může být závěr, že respondenti (z většiny mladší) posuzují předložené výroky jako manipulativní, přestože ty samy o sobě nepřekračují dle diplomantky meze korektní argumentace; že zde působí špatné jméno teleshoppingu obecně. Rovněž mě překvapilo, že mladší respondenti jsou v tématu poměrně dost angažováni, že se jich osobně dotýká (vyplývá z otevřených odpovědí v dotazníku).

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

5.1	Jaký je tedy stav a pozice teleshoppingu v současné marketingové komunikaci? A budoucnost, je-li nějaká?
5.2	Jaká je typická argumentace teleshoppingu? Uveďte příklad.

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

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

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 5. 6. 2018

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!