

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK MAGISTERSKÉ 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: Kučerová, Tereza

Název práce: Budování korporátní identity v prostředí sociálních a nových médií

Autor(ka) posudku

Příjmení a jméno: Miessler Jan

Pracoviště: KMS 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 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)

Cíl, struktura ani technika práce s v zásadě nijak významně neodchylují od schválených tezí.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	D
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	F
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	F
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	F
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	E

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

Autorka se v práci zabývá budování korporátní identity na internetu, a to nejprve teoreticky a následně na příkladu e-shopu Bonami.cz. Teoretická část přebírá informace z různých přehledových publikací, přičemž se nezdá, že by snahou autorky bylo tuto literaturu kriticky vyhodnotit, kromě přehledného uspořádání vybraných informací je tak vlastně všechno z druhé ruky. Empirická část, zabývající se značkou Bonami.cz, je pak velmi stručná. Zásadní potíže ale spočívá v tom, že výzkumné otázky na s. 76 následují teprve po dvouodstavcové kapitole metodologie, která představuje obsahovou analýzu jako způsob, jak bude výzkum prováděn. Vzhledem k tomu, že výzkumná metoda by se měla volit na základě výzkumných otázek (tak, aby je dokázala zodpovědět), a především vzhledem k tomu, že dvě ze tří otázek na s. 76 ke svému zodpovězení obsahovou analýzu vlastně nepotřebují, jde o známku chybného postupu. Výsledky analýzy (s. 89) jsou pak prezentovány velmi stručnou formou, po nich překvapivě následuje další vložený dotazníkový minivýzkum s vlastními hypotézami, metodologií atd., a teprve potom následuje závěr celé práce, kde autorka uzavírá: "V případě podpořené znalosti a nápovědy značka [Bonami.cz] dosáhla znalosti stoprocentní, takže si myslím, že z hlediska přístupu a budování brandu v oblasti sociálních médií za dobu své existence odvedla dobrou práci. Nyní je důležité komunikaci na dané úrovni udržet a stále rozvíjet." Autorka zde zřejmě opouští kritickou akademickou perspektivu a dívá se na budování korporátní identity Bonami.cz z hlediska právě této entity, takže marketingová profesionálka převládá nad akademičkou.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

		Hodnocení známkou
3.1	Logičnost struktury práce, podloženost závěrů	C
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	A
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	A
3.4	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.)	C
3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	A
3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	A

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

Jednotlivé části včetně své délky nejsou zcela vyvážené: 74 stran je věnováno obecně korporátní identitě a novým/sociálním médiím, pouze 24 stran tvoří "výzkumná část". Seznam literatury v závěru není seřazen podle abecedy a v textu se rovněž vyskytují některá opomenutí (s. 45 dole: autorka píše, že vychází z Janoucha, ale nikde tu není citace, takže není jasné, kolik toho vlastně přebírá). Jinak ale text vykazuje dobrou jazykovou a stylistickou úroveň a především zvládnutí oborové terminologie. Práce má rovněž řadu souvisejících příloh.

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

Práce se pokouší zachytit budování korporátní identity Bonami.cz, má ovšem několik zásadních slabín: 1) úvodní kapitoly často působí jako výpisky z přehledových publikací, 2) práce nemá ujasněný metodologický postup, 3) autorka přebírá perspektivu předmětu svého zkoumání a neprojevuje potřebný kritický odstup. Tyto slabiny nevyvažuje ani autorčin komplexní přehled o tématu.

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

5.1	
5.2	
5.3	
5.4	

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

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

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Jádrum práce je analýza budování značky Bonami.cz, kterou autorka provádí a prezentuje akademicky nestandardním způsobem.

Datum: 11. června 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 sekretářce příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu.