

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: Damková Jitka

Název práce: Celebrity marketing jako nástroj marketingové komunikace: Komparace přístupů značek Lancôme a Estée Lauder

Autor(ka) posudku

Příjmení a jméno: Koudelková Petra, Ph.D.

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 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)

Práce obsahuje určité změny oproti tezím. Tyto změny jsou konzultované a odůvodněné.

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	C
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	C
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	C
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	C
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	B

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

Teoretická část je z hlediska celebrity marketingu vyčerpávající, autorka zde zmiňuje pozitiva i negativa tohoto typu marketingu. Z hlediska mediálních studií je, dle mého názoru, teorie také relativně dobře zpracovaná.

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	C
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	B
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	B

	kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)	
3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	B

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

Z hlediska formálního zpracování lze vytknout fakt, že autorka zapoměla uvést názvy tabulek a grafů, které má v práci. Dále je na diskuzi, zda by v případě tištěné verze měla být uvedena i kódovací kniha, která je obsáhlá. Práce obsahuje adekvátní grafickou přílohu, je čtivá a bez zjevných gramatických chyb.

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

Autorka si vybrala velmi zajímavé téma, které dokázala dobře zpracovat. Diplomová práce působí uceleně a má čtivou formu.

Na začátku si autorka položila určití cíl práce, ze kterého vychází hypotéza a na ni navázané výzkumné otázky.

Pro výzkum byla použita obsahová analýza.

Analýza použitá v práci vychází z již existujícího výzkumu Christiana Schimmelpfenniga, který zkoumal vyžití celebrit v reklamách v rámci německého tisku a díky tomu otevírá dveře k dalšímu testování a replikaci výzkumu. Výsledky výzkumných otázek jsou shrnuty v kapitole 4.5. Tyto výsledky vedly k potvrzení hypotézy. Výsledky výzkumu mohly být detailněji rozebrány a mohly zde být uvedeny hlubší závěry plynoucí z hypotézy.

Autorka pracovala svědomitě a byla ve své práci proaktivní.

Práce splňuje požadavky kladené na tento typ závěrečných prací a hodnotím ji stupněm C.

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

5.1	Lze říci, zda a jak využívají zkoumané značky při výběru celebrit Shimpovy kritéria, případně FREDD principy?
5.2	Jaká doporučení pro budoucí spolupráci s celebritami byste navrhla pro obě zkoumané značky?
5.3	
5.4	

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

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

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 18.6:2019

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.