

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: Jitka Damková

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

Autor(ka) posudku

Příjmení a jméno: Markéta Hrabánková

Pracoviště: FSV UK, MS, MKPR

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 se oproti tezím ve své práci odchyluje, ale změny jsou ku prospěchu. Struktura v teoretické a deskriptivní části je výborná, srozumitelná a přehledná. Totéž nelze říci o struktuře analytické části, které by lepší struktura prospěla a zpřehlednila ji, např. doplnění samostatné kapitoly / podkapitoly metodologie apod.

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	C
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	D
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	D
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	D

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

Analytická část práce by si zasloužila větší teoretický podklad (samostatnou kapitolu metodologie). Autorka podotýká, že dělá kvantitativní obsahovou analýzu obrazových materiálů. V závěru analyzuje i texty na tištěných inzerátech. Zmiňuje, že text analyzuje kvalitativně, nevím ale, jakou metodou. Domnívám se, že i text by bylo vhodné analyzovat pomocí kvantitativní obsahové analýzy. Proměnné, které autorka uvádí u kvantitativní obsahové analýzy nemohou být dostatečné pro zodpovězení VO / potvrzení či vyvrácení hypotéz. Jistě musela mít stanovené i jejich kategorie - respektive celou kódovací knihu, ta v práci není zpřístupněna. Autorka např. píše: "Tyto předpoklady jsou kvantitativně i kvalitativně analyzovány pomocí zvolených otázek, které jsou blíže specifikovány v analytické části práce." Proces analyzování ale neprobíhá pomocí otázek, ale pomocí zvolené metody/techniky analýzy. V rámci práce se objevují i jiné podobné formulace, což vzbuzuje dojem, že autorka ne úplně rozumí logice výzkumu. Domnívám se, že vzhledem k tématu práce i jejímu charakteru by bylo vhodnější pracovat s větším počtem odborných publikací (bez hlubšího studování jsem napočítala 18).

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

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

V práci se často objevuje ich-forma a obraty typu "rychlouška", "baží" a výrazy typu "černá tvář", ale i občasné pravopisné chyby. V diplomové práci by bylo vhodnější volit adekvátnější výrazy akademickému textu a nevyužívat ich-formu. V některých pasážích by bylo také vhodné, pokud by se autorka vyjadřovala konkrétněji. Autorka např. píše, že je cílem zjistit, jak značky pracují s celebritami ve svých marketingových kampaních (např. str. 3), práce se ale přitom zaměřuje pouze na část tištěné inzerce ve vybraných titulech. Autorka v práci nevyužívá možnosti poznámkového aparátu, což by bylo vhodné zejména pro vysvětlení termínů, jejichž vysvětlení nenabízí v samotném textu: např. positioning značky či teorie významového přenosu. Práce obsahuje hezké ilustrační grafy, které jsou jednoznačně přínosem pro analytickou část. Za nedostatek považují absenci kódovací knihy v příloze. Práce čítá 51 NS, uvedený počet znaků ale odpovídá požadavkům na magisterskou práci. Může se tedy jednat buď o nedodržení rozsahu práce, či nedostatky ve formátování, které způsobily nesoulad v počtu stran.

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

Autorka nabídla komplexní práci, jejíž zejména první dvě části jsou velmi hezky zpracované, oceňuji že autorka představuje i jiné výzkumy na téma celebrit. Analytická část práce s sebou nese určité nedostatky popsané výše, větší strukturovanost i preciznější práce se zvolenou analytickou metodou by jí prospěla. Závěry, kterým dochází jsou zajímavé.

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

5.1	Píšete: "Analýza vychází z již existujícího výzkumu Christiana Schimmelpfenniga, který zkoumal využití celebrit v reklamách v rámci německého tisku. Každá výzkumná otázka tedy dostala svoji proměnnou a byla zakódována pomocí kódovací knihy." - Jakým způsobem z výzkumu vycházíte? Jak se kóduje výzkumná otázka?
5.2	V závěru píšete, že doposud byly s ohledem na celebrity marketing analyzovány reklamní vizuály značek. Jaký je rozdíl Vašeho přístupu, v čem je přínosný?
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:

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.

