

**KARLOVA UNIVERZITA V PRAZE**  
**Fakulta sociálních věd**  
**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček! Po jejich vyplnění hotový posudek prosím vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce  Posudek oponenta

**Autor/ka práce**

Příjmení a jméno: Zakálová Eva

**Název práce:** Prezentace značky Škoda Auto se zaměřením na model Roomster v roce 2006

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Ing.Kopecký Ladislav

Pracoviště: MK+PR

**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 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)

Cíl i technika práce odpovídá schváleným tezím. Struktura práce se od struktury tezí odchyluje. Došlo k rozšíření a sloučení některých částí tak jak si to vyžádala logika pojednávaného tématu. Provedené změny byly pro konečný výsledek prospěšné.

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	2
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	1
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	1
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

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

Autorka práce teoreticky správně definuje jednotlivé elementy integrované komunikace a chápe jejich fungování v souvislostech. V praktické části dokázala logicky utřídit veškeré podklady získané od zadavatele kampaně a přehledně je analyzovat. Protože se Škoda Roomster ve své strategii poněkud vymyká celkové koncepci komunikace značky Auto Škoda, rozšířila autorka svou práci o kapitolu, která se identity značky týká. Speciická cílová skupina kampaně, výrazný design vozu i silnější emocionální apely vedly ke komunikačnímu postupu, který na českém trhu není běžný. Autorka projevila detailní znalost kampaně a také schopnost integrovaný přístup v komunikaci vyhodnotit. Sympatická je snaha o vlastní názor a kritický přístup k některým prvkům kampaně.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	1

3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotěte stupněm 7. 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.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte stupněm 7)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	

**KOMENTÁŘ** (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
 Struktura práce má logický sled od všeobecně známých teoretických poznatků k aplikaci a analýze významu integrované marketingové komunikace i komunikační strategie kampaně na nevěstním projektu významné značky. V teoretické části by si v rámci mixu nástrojů integrované komunikace zasloužila větší prostor interaktivní komunikace.

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

Silnými stránkami práce je logické řazení témat, správné pojmenování všech důležitých prvků integrované marketingové komunikace v souvislostech. Při komplexním analytickém přístupu, kritických připomínkách a sympatické vlastní názorové vyhraněnosti bych v závěru očekával zevrubnější a strukturovanou SWOT analýzu kampaně.

**5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT MUSÍ VYJÁDŘIT:**

5.1	SWOT analýza kampaně Škoda Roomster 2006. V případě zvládnutí této otázky i event. dalších doplňujících otázek komise doporučuji známku výborně, jinak velmi dobře
5.2	

**6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: .....

Podpis: ...

**Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**