

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: Laštovičková Andrea

Název práce: Národní brandingová strategie Německa

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Soukeník Štěpán, Ph.D.

Pracoviště: Katedra marketingové komunikace a PR, 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input 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)

Finální podoba práce se od původní teze odlišuje svým konkrétním zaměřením na delší časový úsek, nicméně změny jsou zdůvodněné a vhodné.

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

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

Co se týká literatury, práce si všímá předních světových i českých teoretiků nation branding, např. Dinnie, Anholt, Aaronczyk, Olins a další. Jako vhodnou vidím zejména kombinaci deskriptivní teoretické části spolu s přehledem analytických nástrojů, které teoretici předkládají a které mohou sloužit pro hlubší analytickou práci, čehož také autorka práce využívá. Kdybych měl být hodně přísný, úvod, metodologie i závěr jdou lehce po povrchu a přestože autorka argumenty předkládá v těle práce, ještě by se dalo více zpracovat na jejich propojení, aby byly jednotlivé části svou kvalitou vyváženější.

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	A
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	A
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	B

	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)
 Občasné překlepy, občasná povrchnost argumentace / což je ale spíš rada do budoucna a do magisterské úrovně.

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

Práce si vybrala téma, které je v českém kontextu doposud nedostatečně prozkoumané - tedy nation branding. Struktura i obsah práce jsou zvládnuté. Práce jako celek dává smysl, i když téma jako takové je hodně široké a dalo by se metodologicky ještě propracovat. Nicméně práci nic zásadního nechybí a hodnotím proto stupněm výborně (stupněm B, případně A při kvalitní obhajobě).

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

5.1	Dokázala byste stručně popsat, který z uvedených analytických nástrojů nation branding je pro postižení současného světa zemí a jejich značek, problémů či příležitostí nejvhodnější a proč? Čím se jednotlivé nástroje především liší?
5.2	Jak může správně nastavená nation branding strategie pomoci státům v době postpandemické a pro znovunastartování ekonomiky? Na čem zásadním by měla být postavena, jaká témata či cílové skupiny by měly být prioritizovány?

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

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

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 16.6.2020

.....

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!