

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: Hnídková Zuzana

Název práce: Marketingová komunikace módních značek na českých internetových blozích

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: PhDr. Denisa Kasl Kollmannová, Ph.D.

Pracoviště: 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, technika i struktura práce odpovídají zadaným tezím.

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	2
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	3

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

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	2
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, hodnotte 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.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 7)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	3

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

U některých titulů chybí vydavatel, rozdělení na offline a online zdroje není příliš šťastné, mohlo být využito dalších odborných článků či zdrojů (WWD, Vogue apod.).

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

Diplomantka si zvolila vysoce aktuální, dosud nezpracované a poměrně složité téma. K jeho řešení však přistoupila systematicky a strukturovaně, byť ve výsledku je práce poněkud roztržštěná (např. analýza právního prostředí v kap. 5.5 mohla být v kap. 2.2). Některé tabulky a obrázky mohly být v příloze, což orientaci znesnadňuje, ovšem pro nováčka v tématu je ilustrativní.

Těžiště práce spočívá v empirické studii, která předkládá dostatek příkladů a přehled v problematice. Práce je bohatá zejména v deskriptivní analýze komunikace blogerů se čtenáři, v popisu vzniku a průběhu spolupráce oděvních značek s blogery a v diskusích o vnímání "komerčnosti" této spolupráce. Naopak více rozebraná by mohla být ve vlastní reflexi těchto konverzací a celkového diskurzu módních blogů. Např. otázku negativní kritiky poskytnutého produktu (s. 59) diplomantka pouze pokládá, nenabízí však její hlubší interpretaci. Rovněž konstatování, že na blozích se neobjevují žádné negativní názory, by si zasloužilo hlubší pozastavení nad celkovým významem módních blogů, které tak mohou postrádat důvěryhodnost a ztratit status "nezávislého" názorového vůdce.

V průběhu psaní práce se diplomantce podařilo celkový obsah práce posunout z empirické povahy více k akademické práci, přesto by se však téma dalo zpracovat ještě s větší průkazností. Celkově je však práce Z. Hnídkové původní, ucelená a zajímavá. V závislosti na kvalitě obhajoby ji proto hodnotím mezi výbornou a velmi dobrou.

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

5.1	Jak byste predikovala vývoj legislativy v oblasti průniku reklamních obsahů do online médií?
5.2	Do jaké míry jsou podle vás módní blogeré současnosti "nezávislí" a kde budou nabývat důvěryhodnosti v budoucnu?

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!