

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
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: Alžběta Brezarová

Název práce: Hornbach "Pusť se do svého projektu" a zbylá komunikace v roce 2009 se zaměřením na TV reklamy

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Köppl Daniel

Pracoviště: IKSŽ

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)

Alžběta Brezarová předložila bakalářskou práci, která z hlediska cíle zadání a struktury práce odpovídá schváleným tezím.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – 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	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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

Autorka zpracovávala zajímavé, ale zároveň složité téma, kterému by jistě prospělo hlubší zasazení do kontextu marketingové komunikace posledních 20 let. A to především proto, že agentura Heimat (tvůrce kampaní Hornbachu) prosazuje dlouhodobě poněkud odlišný pohled na fungování reklamy (v podstatě se vrací k teoriím 60. let, které kombinuje s moderními teoriemi o fungování značek). Nicméně práce Alžběty Brezarové po obsahové stránce pokrývá všechny důležité aspekty problematiky marketingové komunikace této značky, tak jak je chápe bakalářské studium na FSV UK. Autorka se také vypořádala dobře s úvodní, kontextuální, částí, ve které zasazuje kampaně do kontextu vývoje trhu.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – 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 přejeté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejeté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby	2

	s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Autorka se ve své práci dopouští drobných prohřešků proti odborné terminologii (především v části, která se věnuje problematice obchodu). Celkově však práce nevykazuje žádné zásadnější prohřešky proti pravidlům a nárokům, které jsou kladené na bakalářskou práci.

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

Alžběta Brezarová zpracovala zajímavé a v rámci marketingové komunikace i hodně zajímavé a důležité téma. Je nutné však říci, že v řadě míst je analýza spíše jen popisem stavu a nepředstavuje fakticky žádnou analýzu marketingové komunikace této značky. Je ovšem nutné poznamenat, že do značné míry za tuto skutečnost mohou již samotné teze a název práce, které nekladou na studenty zásadnější nároky. Alžběta Brezarová se pokusila v některých částech práce vybočit ze strohé deskripce kampaně a právě v těchto momentech nabírá práce na zajímavosti..

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

5.1	
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!