

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: Eliška Jindrová

Název práce: Kampaň společnosti Veolia Voda "Čerstvá kohoutková? Stačí říct!"

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Matušková, Anna

Pracoviště: Katedra marketingové komunikace a 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 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)

Podoba práce odpovídá stanoveným tezím

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte 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	1
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)

Předkládaná diplomová práce si stanovila za cíl popsat marketingové techniky společnosti Veolia na příkladu kampaně propagující kohoutkovou vodu. Cíl práce je stanoven korektně. Nicméně v práci chybí jasné vymezení toho, co autorka pod marketingovou komunikací rozumí a jak bude zkoumána. Na místě by bylo vymezit si několik parametrů či proměnných, které pak bude dále sledovat a tomu logicky přizpůsobit i dotazníkové šetření. Úvodní část práce se soustředí na vymezení problematiky, nicméně se domnívám, že některé části jsou předimenzované (popis rozdílů mezi balenou vodou, polemika o situaci v Súdanu či Izraeli - str. 11). Navzdory tomu, že jde o velmi zajímavá témata, nemají pro celkový výsledek práce velký význam. Zásadní problém práce tak je, že na místo zkoumání kampaně se autorka soustředí na vodu - produkt. Místo toho, aby analyzovala komunikaci produktu.

Pozitivně hodnotící tvrzení jsou často citovaná právě z webu firmy Veolia. Jako přínosné hodnotím, že autorka zpracovala poměrně obsáhlé dotazníkové šetření na solidním vzorku. Výzkum by měl být ale mnohem lépe popsán a stejně tak by měl být vymezen zkoumaný vzorek (nestačí poznámka pod čarou č. 133 s výčtem respondentů). Celkem nejasná je pak interpretace dotazníkového šetření, kde by bylo vhodné zjištění komentovat podrobněji. Stejně tak je vhodné dát si pozor na interpretaci různých let, zejména když data z roku 2013 nemohou být logicky úplná. Namátkou graf č. 10 v kapitole 6.2 - jakou dobu jste zkoumala?

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

	Hodnocení známkou

3.1	Struktura práce	2
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotěte 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 s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotěte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

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

Práce je poměrně zdařilá, veškeré hlavní výtky směřují k designu výzkumu a způsobu interpretací dat. Bylo by vhodné, kdyby se k tomu autorka v rámci obhajoby vyjádřila. Práce pak také trpí častým neduhem, a to je pocit, že analýza marketingové komunikace rovná se analýze výrobku.

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

Jde o původní téma a práce celkově splňuje nároky na bakalářské diplomové práce, a proto ji doporučuji k obhajobě.

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

5.1	Jaký přínos mělo dotazníkové šetření v rámci restaurací?
5.2	Je podle Vás kampaň společnosti Veolia úspěšná?

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!