

**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: Iva Lišková

**Název práce:** Možnosti využití více smyslové in-store marketingové komunikace v prodejnách firmy Apple

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Daniel Jesenský

Pracoviště:

**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)

**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	1
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	1
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. 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, hodnotte stupněm 5)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

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

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

Práce je sepsána na velmi dobré úrovni jak po stránce formální tak i obsahové. Je provedený unikátní souhrn (i když stručný a místy povrchní) možností oslovení více lidských smyslů nástroji marketingové komunikace v místě prodeje. Unikátnost a zároveň i občasná povrchnost jsou dány tím, že se jedná na poli akademickém i praktickém o mladé téma a zároveň nesmírně rozsáhlé a komplexní, řešené mnoha diskurzů. Právě v tomto kontextu pozitivně hodnotím schopnost vybrat a stručně (v rámci omezeného rozsahu Bc. práce) popsat vše co je v rámci zvoleného tématu významné pro naplnění vytyčených cílů. Byla prokázána schopnost důvěryhodně, kreativně a prakticky propojit informace z literatury, sekundárních zdrojů a reálie získané při návštěvách prodejen Apple na lokálním trhu. Silnou stránkou jsou realisticky pojaté praktické implikace a doporučení, jasně a dobře formulované v závěrečné části. Velmi reálně identifikované příležitosti s pochopením a respektem k popsané strategii Apple a k limitům průběžně shromažďovaným v jednotlivých tematických částech textu. Věrohodnost prezentovaných informací je občas snížena náznakem adorace značky Apple, což vyvolává pochybnosti o objektivitě autorčina úsudku a zachování akademické nezávislosti prezentovaných informací. Projevují se místy například ve formě subjektivně působících adjektiv. Nikoli však v kritické míře. Celkově hodnotím práci jako výbornou.

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

5.1	V čem má podle Vás in-store komunikace v lokálních franšizových Apple storech největší deficit ?
5.2	Jakým způsobem byste ověřila, že budou navrhované aplikace multisenzorické komunikace v prodejnách Apple fungovat a naplňovat své cíle ?

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

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: ..... 30.5.2014 .....

Podpis: .....  .....

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