

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: Machová Tereza

Název práce: In-store marketingové aktivity Bageterie Boulevard v letech 2014 a 2015 s důrazem na jazykovou složku komunikace

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Tereza Klabíková Rábová

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Práce se odchyluje od tezí jen v detailech, tam, kde se změnil předmět zkoumání (nové prodejny), je to vysvětleno a pochopitelné.

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	2
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)

Diplomantka pracuje s dostatečným množstvím tuzemské i zahraniční odborné literatury i dalšími zdroji.

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.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte 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 dobře graficky upravená, strukturovaná a systematická, ilustruje též výklad vlastními fotografiemi. Místo se objevuje nepřesné citování ("O nás", "Jazyk" atd.) a formální chyby (tečky a velká písmena u pozn. pod čarou), ale jinak má velmi dobrou jazykovou a vyjadřovací úroveň. Nápad zpracovat komunikaci zaměstnanců vzhledem k zákazníkovi je výborný, není to vůbec obvyklé; chtělo by to ale oddělit ji od ostatní verbální komunikace (protože má prostě zcela jinou povahu než "pasivní" POP texty), pojednat podrobněji a analyzovat výsledky, zda je něčím specifická (některé postřehy k tomu v práci jsou). Označení jazyková krása je působivý, i když pod tímto označením jsou zmíněny spíš ty "další prostředky" než ty esteticky působivé. Není úplně pravda, že texty zákazníka neoslovují; na panelech se objevuje např. tykání "Začni den snídání" aj.

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

Práce se věnuje atraktivnímu a originálnímu konceptu jazykové komunikace řetězce Bageterie Boulevard. V textu mi chybí informace, kdo za celým komunikačním konceptem stojí. Práce je slušně zpracovaná, má dobrý styl, jednotlivé prostředky jsou popsány pečlivě. V analýze, tj. na s. 47, 48, se objevují nepřesná zařazení jazykových jevů, event. jevy spadající do více kategorií, trochu nahodile kategorizované (eliminovat by se konzultacemi), na druhou stranu některé postřehy jsou trefné. Jazyková komunikace BB je v tomto ohledu skutečně bohatá a ve svém segmentu výjimečná a bylo by možné vytežit z ní ještě více. Každopádně cíl "analyzovat přítomnost a podobu vybraných aspektů in-store marketingové komunikace s důrazem na jazykovou složku verbálních sdělení v Bageterii Boulevard s přihlédnutím ke specifickým analyzovaného prostředí" se dipomantce podařilo víceméně postihnout.

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

5.1	Jaké jiné komunikační a propagační prostředky a cesty využívá Bageterie Boulevard?
5.2	Byl ve vámi analyzovaném materiálu přítomen taky odkaz na spolupráci s festivalem Jeden svět?

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!