

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: Štemproková Petra

Název práce: Analýza neverbální komunikace reklamních spotů kampaně Paulus vs. Inhačák společnosti Lidl

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 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)

Výsledná podoba práce odpovídá z většiny 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	1
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)

Je třeba ocenit prostudovanou literaturu a odborný přehled; někdy jsou však uvedené teorie nedostatečně propojené; chybí mi alespoň odstavec s vysvětlením, proč je teoretický rámec sestaven právě tímto způsobem (vzhledem k enormní šíři existující literatury), celkově připomíná teoretická část spíš výpisky než ucelený výklad.

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 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	3

	kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	2

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

V práci se bohužel objevují gramatické, interpunkční a pravopisné chyby, překlepy, nesjednocené typy písma, záměna pomlček a spojovníků apod., na s. 9 dvakrát totéž (práci by prospěla korektura); text je "sekaný" a nespojitý, jednotlivá témata na sebe nenavazují plynule. Někde se snad jedná o nepřesné překlady (?). Do akademického textu tohoto typu se nehodí výčty (lépe souvislý text). Elektronické zdroje nejsou správně citovány; oslovení "Marcel" působí familiérně, lépe značka (M. či podobně).

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

Autorka si zvolila velmi zajímavé téma a pro marketingovou komunikaci rozhodně vhodnou, svěží a neotřelou metodu, rovněž úzký a konkrétní úhel pohledu je k dobru věci. Oceňuji i objem zpracované odborné literatury, kterou je ovšem pro účely sestavení výkladu třeba vhodně limitovat. Cíl práce je pochopitelný; ovšem práce by si zasloužila jednak pečlivé přečtení (a odstranění chyb), jednak lepší propojení a koherenci jednotlivých pasáží (na s. 21 se např. objevuje zmínka o politické komunikaci, která není v daném kontextu logická). Samotná analýza má lepší úroveň a obsahuje některé zajímavé postřehy, bylo by ovšem taktéž možno ji ještě prohloubit a lépe propojit s praktickou částí. Takový typ analýzy má nicméně ve zkoumání mediálního a marketingového diskurzu jistě své místo.

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

5.1	Proč jste si vybrala právě analýzu daných spotů?
5.2	Jaký je vztah verbální a neverbální složky ve vybraném materiálu?

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!