

**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: Kulesová Kateřina

**Název práce:** Deskriptivní analýza marketingové komunikace módního domu Burberry

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Maxa Martin

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)

Práce, její cíl a technika zpracování odpovídají 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	1
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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

Co se týče zpracované literatury, autorka používá širokou a rozmanitou škálu zdrojů. Část odborné literatury mohla být doplněna o další zásadní díla pojednávající o marketingu luxusního zboží a luxusu samotném.

Nakládání se zdroji a samotný výklad vedou k relativně podloženému závěru.

**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)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
Struktura a stylistická úprava dělají práci čtivou a pochopitelnou.

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

Nejsilnější stránkou této bakalářské diplomové práce je poctivé a pečlivé zpracování vybraných komunikačních aspektů značky Burberry. Autorka výběrem tohoto původního tématu ukazuje svůj odborný vhled do segmentu luxusního zboží a online komunikace, jelikož se značka Burberry v rámci své přímé i nepřímé konkurence již dlouho drží na pomyslném inovativním čele. Kvalitně zpracována je také SWOT analýza, v rámci které autorka nezůstává uzavřena v mezích marketingového oboru, ale zohledňuje i širší kulturní aspekty spojené se životem značky.

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

5.1	Co se týče padělání luxusního zboží, vzpomenete si i na jiné velké kauzy, například módního domu Louis Vuitton ve sporu se známým americkým rapperem? Jak se obecně luxusní značky k problému padělání staví ve své komunikaci a jaký je podle vás nejlepší způsob pro boj s padělateli a hlavně se zákazníky, kteří si padělky kupují?
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!***