

POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

KATEDRA ANGLICKÉHO JAZYKA A LITERATURY PedF UK

Autor práce:	Bc. Helena DOMBAJOVÁ
Název práce:	Experiential and Interpersonal Meanings in Product-Related Texts: Analysis of Online Shopping Websites Targetting Male and Female Customers/ Zkušenostní a interpersonální významy v textech nabízejících zboží
Vedoucí práce:	Doc. dr. Renata Pípalová, CSc.
Rok odevzdání:	2024
Rozsah práce:	110s
Posudek:	<input type="radio"/> vedoucího práce <input type="radio"/> oponenta
Autor posudku:	Doc. dr. Renata Pípalová, CSc.

	Posuzovaná oblast	Zvažovaná kritéria	Body (0-5) ¹
1.	Odborný kontext	Orientace v pojednávané problematice, odborné zázemí a širší přehled o disciplíně, znalost a uplatnění odborné terminologie, reprezentativnost a aktuálnost použité odborné literatury, variabilita odborných zdrojů a schopnost jejich syntézy	5
2.	Výzkum	Stanovení a splnění cílů, formulace hypotéz, vhodnost a relevance metod a zvolených postupů, jasnost formulace a interpretace závěrů práce	5
3.	Struktura a forma	Přehlednost struktury, členění, řazení a proporčnost kapitol a oddílů, návaznost a provázanost textu, konzistentnost úpravy práce, odpovídající rozsah práce, poznámkový aparát, adekvátnost a provedení příloh, odpovídající úroveň citační	5
4.	Jazyková úroveň	Celková úroveň jazykového projevu, přesnost, rozmanitost a četivost formulací, absence gramatických, lexikálních a pravopisných nedostatků, úroveň odborného stylu	5
5.	Věcná správnost a přesvědčivost	Hloubka a kvalita provedených analýz, faktická, věcná a obsahová správnost, podloženost, aktuálnost přístupů, schopnost argumentace a kritického myšlení, schopnost náležitě formulovat a interpretovat zjištění	5
6.	Originalita	Přínos práce, samostatnost zpracování, původnost myšlenek, kreativita a zaujetí danou problematikou, možnosti dalšího rozvíjení, celková náročnost a pracnost, potenciál práce (navázání na výzkum či aplikace jeho výstupů v praxi)	5

Celkové zhodnocení práce (včetně kritických výhrad):

Diplomová práce Bc. Heleny Dombajové se zabývá analýzou marketingových textů uveřejněných na e-shopech tří okruhů produktů (sportovní obuvi, kosmetiky a luxusních hodinek), které oslovují zákazníky i zákaznice, přičemž každý okruh produktů by zastoupen třemi výrobci. K účelu své diplomové práce tedy autorka sebrala specializovaný korpus recentních textů celkem devíti různých producentů. Společným rysem těchto textů je jejich poměrná stručnost, leč zjevná cílenost. Korpus byl analyzován pomocí nástrojů Hallidayovy systémové funkční gramatiky především z hlediska obsažených experienciálních (zkušenostních) významů a sekundárně též z hlediska interpersonálních významů. Autorka analyzovala celkem dva subžánry textů (texty doprovázející celé kategorie produktů i texty uvádějící jednotlivé produkty). Dále sledovala rozdíly v komunikaci významů u jednotlivých okruhů zboží a snažila se vysledovat potenciální rozdíly v komunikaci s možnými zákazníky a zákaznicemi. Práce je informovaná též v oblasti marketingu, a tudíž autorka dokázala své výsledky usouvztažit se dvěma klíčovými marketingovými paradigmaty, a sice inkluzivního a exkluzivního marketingu. Výsledky analýz naznačují odlišné marketingové strategie v jednotlivých okruzích zboží i v oslovování zákazníků a zákaznic (zřejmé genderové cílení) jak v experienciálních, tak interpersonálních významech.

Svým rozsahem práce překračuje obvyklou délku tohoto žánru a po obsahové stránce vyniká vícevrstevnatostí, transparentností a jemností analýz i schopností zjištění citlivě interpretovat. Práce je sepsána v odpovídajícím anglickém odborném stylu a po formální stránce je předložena v

¹ Bodové hodnocení na škále 1-5 (5 bodů maximum), 0 bodů z jedné či více posuzovaných oblastí automaticky znamená, že práce není doporučena k obhajobě.

odpovídajíc grafické úpravě. Vzhledem k pracnosti zvoleného přístupu je korpus pochopitelně poměrně vymezený, takže výsledky mohou být pouze tentativní a bude je třeba ověřit na mnohem větším korpusu textů. Hodnotu však spatřuji v originální a jemné sondě do specifik aktuálních marketingových strategií.

Témata a náměty k diskusi při obhajobě

U kterých okruhů zboží uplatňovali jednotliví producenti navzájem podobné a u kterých velmi odlišné marketingové strategie z hlediska komunikovaných experienciálních a interpersonálních významů?

V kterém okruhu značek a u kterých producentů objevila autorka nejvýraznější snahu o genderové cílení a kde naopak nejméně zjevnou?

Může autorka charakterizovat blíže tendence, které zjistila u textů doprovázejících jednotlivé druhy produktů?

Práci tímto doporučuji nedoporučuji k obhajobě.²

Datum: Zvolte datum.

Podpis:

² Výsledná známka zahrnuje hodnocení posudku vedoucího práce, hodnocení posudku oponenta a hodnocení výkonu studenta v průběhu obhajoby.