

UNIVERZITA KARLOVA
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: Scheicher Vojtěch

Název práce: Vnímání diversity v současné marketingové komunikaci se zaměřením na LGBTQ+

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Konrádová Marcela

Pracoviště: IKSŽ, MKPR

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

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	B
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	A
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	B
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	B

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

Teoretická část práce je zpracována na základě relevantní literatury a umožňuje čtenáři získat základní vhled do problematiky. Ačkoli autor zcela opomíjí literaturu objasňující základní pojmy z marketingové komunikace, na pospolitost a porozumění textu nemá dané vliv. Nicméně přesto doporučuji příště věnovat pozornost alespoň základním pojmům, se kterými je následně pracováno v metodologické a praktické části práce (např. emoce v reklamě, jelikož dané je součástí jedné z VO).

Autor na základě literární rešerše volí pro svůj výzkum metodu dotazníkové šetření, které je dostatečně vysvětleno, nicméně v této pasáži je text poměrně skoupý na odbornou literaturu. Nicméně VO i operacionalizace je vhodná a přiměřená úrovni bakalářské práce.

Dotazník je v praktické části dobře vysvětlen a výsledná data reprezentována grafy. Technika práce je vesměs zvládnutá na úrovni bakalářské práce. Výsledky výzkumu jsou určitě zajímavým vhledem do tématu.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
3.1	Struktura práce	A
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	A
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté	B

	bez udání zdroje, hodnotíte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přeжатé 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.)	
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte písmenem F)	B
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Struktura práce je logická, text však obashuje malé množství formálních nedostatků (např. překlepy). Autor u zdrojů neuvádí stránky citací/parafrází. Kap 1.7 mohla obsahovat grafy, text by v dané pasáži byl čtivější.

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

Předkládaná bakalářská práce je dobře zpracovanou studií zabývající se vnímáním diverzity v současné marketingové komunikaci se zaměřením na LGBTQ+. Literatura, metodika i analýza dat je přiměřena úrovni bakalářské práce.

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

5.1	Proč jste respondenty dotazníku rozdělil je do dvou skupin? Jaké kategorie byste v této dimenzi vytvořil?
5.2	Vyberte si jednu z Vámi popsanych reklam a uveďte konkrétní doporučení podporující diverzitu/inkluzi se zaměřením na LGBTQ+ (jinými slovy "jak to šlo udělat lépe")?

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	
-----	--

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

- A
 B
 C
 D
 E
 F nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 20. 5. 2024

Podpis:

.....

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!