

KARLOVA UNIVERZITA V PRAZE
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček! Po jejich vyplnění hotový posudek prosím vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce Posudek oponenta

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Petra Němečková

Název práce: Využití médií pro tvorbu mediálního obrazu Jaromíra Nohavici

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Köppl Daniel

Pracoviště: FSV - Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra marketingové komunikace a PR

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 Petry Němečkové se v řaděch bodů odlišuje od úvodní teze, což je naprosto v pořádku, protože všechny změny jsou ku prospěchu práce a jsou v práci dostatečně vysvětlené. Navíc změny oproti úvodním tezím jasně ukazují, že autorka v průběhu tvorby studií literatury a podkladů docházela k novým poznatkům, přemýšlela nad danými souvislostmi a celkovým obsahem práce. Změny, ke kterým autorka dospěla (a všechny byly s vedoucím práce konzultovány) lépe reflektují problematiku osobnostního PR i předmětu bakalářské práce.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela 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	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

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

Petra Němečková se v průběhu psaní práce potýkala s výrazným nedostatkem odborné literatury, která by se věnovala osobnostnímu PR (a to jak české, tak i zahraniční). To vedlo autorku k tomu, že čerpala ve větší míře než je obvyklé z odborné literatury věnované Public relations v celé jeho šíři. I přes tuto bariéru se Petře Němečkové podařilo sestavit zajímavou případovou studii/analýzu osobnostního marketingu, která nekončí u oficiálních zdrojů, ale jde i za jejich hranice (viz kapitola 3,1). Odborné znalosti, tak jak je autorka projevila v bakalářské práci, včetně práce s odbornou literaturou jasně prokazují, schopnost aplikace teoretických poznatků na praktické příklady.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela 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, hodnotěte stupněm 7. 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, hodnotěte stupněm 7)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Výsledná podoba práce plní požadavky, které jsou kladené na bakalářskou práci. Autorka dodržuje citační normu, jazyková a stylistická úroveň práce odpovídá požadavkům, které jsou kladené na bakalářskou práci.

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

Přínosem této práce je rozhodně fakt, že se autorka věnuje na konkrétním příkladu analýze a fenoménu osobnostního marketingu, který není v tuzemské a ani v zahraniční literatuře dostatečně zpracován. I když v některých pasážích autorka ne zcela důsledně popisuje závěry, ke kterým dospěla (např. v kapitole závěr), tak celkový dojem z práce je velmi dobrý.

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

5.1	Lze srovnat osobnostní marketing Jaromíra Nohavici s některým jiným současným umělcem?
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!