

Ústav informačních studií a knihovnictví

Filozofická fakulta

Univerzita Karlova v Praze

Název práce: **Možné přístupy k virálnímu marketingu v nových médiích a jeho užití v České republice**

Typ práce: bakalářská

Hodnocení práce: **dobře**

Vedoucí práce: Mgr. Josef Šlerka

Oponent/-ka práce: Mgr. Adam Zbiejczuk

Konzultant/-ka práce:

Řešitel/-ka práce: Bc. Michal Pátek

Slovní hodnocení práce

Autor si vybral téma zajímavé a aktuální: problematiku virálního marketingu. Nicméně zpracování práce je spíše na úrovni nataženého článku (a je otázka, jestli odborného), jen stěží splňuje požadavky kladené na diplomovou práci. Je to vyprávění. Za nejpřínosnější část práce považuji zamyšlení nad modelem šíření (str. 46-54). To je ovšem trochu málo. Propojení s reálnými kampaněmi (str. 56-60) pak působí dojmem na rychlo zpracovaného přílepku, který souvisí tématem – ale jinak vůbec, nehledě na chyby, kterých se autor dopouští (např. o kampani „Miluji tě, mé VUT“ píše: Videoklip ... měl za cíl zvednout povědomí o technickém oboru Masarykovy univerzity“).

I v teoretické části jsem narazil na řadu tvrzení, o jejichž validitě by se dalo polemizovat (str.9 - opravdu bylo do vzniku počítačů nemožné šířit vlastní obsahy? pirátská rádia, samizdat, ziny; str. 22 – chvíli to vypadá, že si autor pod memetikou představuje spíše „memes“ ve smyslu 4chanu). Autoři, na nichž Michal Pátek staví, jsou popularizátoři, nikoli akademici. Praktická část potom nepřináší téměř žádnou přidanou hodnotu a přijde mi nepropojená s tou teoretickou částí.

Relativně velké množství chyb je i gramatických, některé až bijí do očí (str. 23 – "smýšlý").

Je mi líto, ale práce sotva splňuje nároky kladené na magisterskou práci. Jako otázka do diskuse: zkuste si obhájit svůj postup, co vás vedlo k dané konstrukci práce.

Hodnotící tabulka

Aspekty práce	Vysvětlení	Možné hodnocení
metodologie a věcné zpracování tématu	Nesplňuje parametry akademické práce, praktická část není propojená s teoretickou, chybí závěr.	18 bodů
přínos a novost práce	Shrnuje populární autory a přináší velmi letmý přehled známých českých kampaní.	8 bodů

citování, korektnost citování, využití inf. zdrojů	Literatura v pořádku, využití původních zdrojů, ovšem málo akademické.	15 bodů
slohové zpracování	OK	10 bodů
gramatika textu	Relativně dost velkých chyb.	2 bodů
CELKEM		53 bodů

Výsledné hodnocení práce – Velmi dobře (61b)

Bodový zisk za práci	Hodnocení práce
0 – 50 bodů	Neprospěl, nedoporučeno k obhajobě
51 – 60 bodů	Dobře (3)
61 – 80 bodů	Velmi dobře (2)
81 – 100 bodů	Výborně (1)

V Brně dne 3.9.2014.....

Adam Zbiejczuk

jméno a příjmení zhotovitel/-ka posudku