

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: Milena Lakomá

Název práce: Ambush marketing na příkladu Mistrovství světa v ledním hokeji 2015

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: PhDr. Soňa Schneiderová, PhD.

Pracoviště: MKPR, IKSŽ FSV UK

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

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

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

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

Práce je z hlediska vlastního tématu zpracována přiměřeně a odpovídá požadavkům kladeným na BP. Je v ní zpracováno aktuální téma, kterému nebyla doposud věnována v českém prostředí náležitá pozornost, a to, co diplomantka načerpala z teoretické literatury i výzkumem, je využitelné v praxi.

Autorka popisuje druhy ambush marketingu, zmiňuje se o právních aspektech, uvádí celosvětově známé příklady. Hokejového mistrovství světa v roce 2015, které je součástí názvu BP, jsou však věnovány pouze čtyři strany. Domnívám se, že "marketingová" situace týkající se MS mohla být zmapována komplexněji a podrobněji.

Výzkum se zabývá názorem víceméně laické veřejnosti; autorka zjišťuje, jak je veřejnost obeznámena s pojmem ambush marketing, jaké je obecné povědomí o tomto jevu a jaký mají respondenti na daný jev názor.

Dotazníkové šetření za pomoci služby Google Formuláře je ovšem nejjednodušší řešení, které mohla autorka zvolit. Dotazník byl distribuován v rámci několika facebookových skupin a autorka jej zaslala rodině a přátelům. Je to postup sice možný, ale jde v podstatě o laickou metodu, z hlediska sociologického šetření ne zcela vyhovující. Počet respondentů je tak náhodný (123, s. 30), stejně jako jejich vzorek.

Názor respondentů je částečně ovlivněn, neboť pojem je vysvětlen a sugestivně je předesláno (i celkovým kontextem), že jde o negativní jev.

Osobně bych uvítala názory odborné veřejnosti, méně potom nepoučené (nepodložené) názory laické veřejnosti. Vyjadřovat se k něčemu (z pohledu laické veřejnosti), o čem nic nevím, je vždy problematické.

Proč je nestandardně použita v jednom případě v popisku grafu slovenština? (s. 33) (chápu sice, že to takto někdo odpověděl, ale popisek grafu má mít určité parametry, včetně jazykových).

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

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

Vyjadřování je stylisticky místy kostrbaté a místy nespisovné, hovorové, uvolněné, v práci jsou chyby a překlepy (uvádím jen některé příklady), což snižuje čtenářský komfort, porozumění obsahu a důvěryhodnost ke zpracování tématu:

chyby:

tématické; správně je tematické; vyzívání lidí (s. 24) – je „vyzývání“; stáhnul (s. 27 aj.) - spisovně je jen "stáhl";

patrná je nejednostnost tvarů: (oni) vytváří však iluzi vs.

slova, jež iluzi vytvářejí (s. 7); Existuje řada definic pro Ambush marketing X kdy ambush marketing definují (s. 4)

upoutat pozornost na svou značku (s. 12) - čím, něčí, ne "na co";

Diváky tak láká jednak událost, ale také bude jejich pozornost přitahována k nesponzorující organizaci. (s. 8) - zde musí být jednak - jednak;

velmi časté jsou chyby v interpunkci: namátkově lze nahlédnout s. 6, s. 7, s. 27, s. 30 2x, s. 32 2x, s. 33 atd.

překlepy:

Mistrovství světa (s. 27); Jako příkladem lze zmínit Olympijské hry (s. 11); že se jedná o sponzoru či pořadatele (s. 8)

hovorovost a nespisovnost:

jak se na akci přiživit; mega akce; Přijde vám ...etický? (s. 34) – velmi hovorová formulace;

Autorka používá slova, která spisovná norma češtiny nezná:

symbolika (s. 13) – užívání symbolik (pl.);

postihnout (s. 34)

naabsorboval (s. 6), předvybrané odpovědi (s. 32)

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

Autorka představila téma v rozsahu, který odpovídá požadavkům kladeným na BP, je však pravda, že zpracování tématu nevychází z příliš bohaté literatury a slabší část BP představuje vlastní výzkum, který nepřináší příliš podstatná zjištění k dané problematice.

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

5.1	Je tedy nějaká hranice, rozdíl mezi „tolerovaným“ a neetickým ambush marketingem? – prosím o vyjádření vlastního názoru na základě vaší doposud získané zkušenosti.
5.2	Píšete, že jde v případě ambush marketingu o "čím dál běžněji praktikovaný způsob marketingové komunikace" (s. 36) – existuje nějaká statistika, která vypovídá o tom, že tomu tak skutečně je?

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

A (výborně) **B** **C** **D** **E** **F** (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 1. 9. 2018

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!