

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: Kašperková Tereza

Název práce: Femvertising v odvětví tělové kosmetiky v České republice

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Rosenfeldová Jana

Pracoviště: IKSŽ

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 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)

Autorka provedla jen drobné změny ve struktuře práce.

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	B
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	A
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	B

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

Práce se zabývá femvertisingem, tedy "feministickou reklamou" v odvětví tělové kosmetiky v ČR. Teoretická část se věnuje možná až příliš širokému spektru témat, což pak místy vede k určité povrchnosti, a to zejména v úvodních kapitolách (genderové role, genderové stereotypy). Mnohem lépe jsou pak zpracovány kapitoly týkající se samotného femvertisingu a také jeho kritického zhodnocení, kterému je v teoretické části rovněž věnována značná pozornost. Metodologie práce je popsána důkladně, jako metodu autorka zvolila kvalitativní obsahovou analýzu spotů pěti značek tělové kosmetiky přítomných na českém trhu. Výhrady by bylo možné mít ke spíše kvantitativnímu vyhodnocení kvalitativní analýzy. Autorka sice nejprve rozebírá, na základě představených pěti kritérií, jednotlivé spoty, v závěru nicméně konstatuje, že kampaň je považována za femvertisingovou, pokud splňuje určitý počet těchto kritérií. Důsledněji mohla být provedena také interpretace výsledků, i v kontextu právě výše zmiňované kritiky femvertisingu.

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	B
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B
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)	A

	k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhnete, 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	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
 Jazykově a stylisticky je práce na dobré úrovni. Zejména v teoretické části je text možná členěn do příliš mnoha krátkých odstavců, preferovala bych text souvislejší. Na některých formulacích je kromě toho znát, že jde o parafráze původně anglických textů. Autorka do textu také vhodně doplnila screenshoty jednotlivých analyzovaných reklam.

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

Autorka si zvolila aktuální téma femvertisingu a využila již existující operacionalizaci femvertisingu ke zhodnocení reklam v jednom konkrétním segmentu. Práce je ve všech sledovaných aspektech solidně a pečlivě zpracovaná, i když autorkou představená zjištění nejsou nijak průlomová a navíc mohla být zevrubněji interpretována. Práci proto navrhuji hodnotit stupněm B.

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

5.1	Proč jste zvolila jen reklamy zahraničních společností?
5.2	

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly URKUND.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	V Turnitinu je shoda sice nad 5 %, ale v hodnoceném textu se vždy jedná o řádně citované pasáže.
-----	--

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

- A výborně
- B velmi dobře (nadprůměrný výkon, avšak s určitými chybami)
- C dobře (celkově dobrý výkon s řadou výrazných chyb)
- D uspokojivě (přijatelný výkon, ale se značnými nedostatky)
- E dostatečně (výkon splňuje minimální požadavky)
- F nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

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!