

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK MAGISTERSKÉ 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: Bc. Karolína Kubů

Název práce Strategický přístup luxusních módních značek k padělanému zboží

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: doc. PhDr. Denisa Hejlová, PhD.

Pracoviště: 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 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)

Diplomantka zvolila jinou metodu a dataset výzkumu z důvodu neochoty respondentů z praxe toto téma vůbec otevírat pro výzkum. Cíle a záměr práce byly přesto naplněny jinou metodou.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	A
2.2	Schopnost kriticky vyhodnotit prostudovanou literaturu a aplikovat ji	A
2.3	Úroveň zpracování materiálu, resp. zvládnutí techniky empirického výzkumu	A
2.4	Schopnost sestavit a použít soubor metod přiměřený cíli	A
2.5	Původnost práce, přínos práce k rozvoji oboru	A

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

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

		Hodnocení známkou
3.1	Logičnost struktury práce, podloženost závěrů	A
3.2	Zvládnutí terminologie oboru	A
3.3	Funkčnost, úroveň, přiměřenost poznámkového aparátu	A
3.4	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané autorem neoprávněně za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem/kou bylo zahájeno disciplinární řízení.)	A
3.5	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	A
3.6	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	A

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Výjimečně překlapy (jehož místo jenž, s. 34)

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

.Téma padělků je ve společnosti ožehavé: nikdo z participujících stakeholderů (ať jsou to výrobci, producenti, a dokonce i padělané značky) se o něm nechce bavit. Diplomantka se původně chtěla věnovat tématu komunikace padělků metodou rozhovorů s profesionály z praxe, avšak narazila tuto bariéru: téma padělků zůstává v diskurzivním mlčení.

Přesto, jak diplomantka dodává na velmi pečlivě provedené analýze a statistických datech, je toto téma stále více relevantní: ve skupině mladých lidí nakupuje padělky stále více lidí, bez ostychu se svými nákupy chlubí na sociálních médiích a padělané značky zdaleka nejsou jen ty nejdražší, ale spíše „střední třída“. Téma padělků se navíc týká celé řady oblastí: nejen samotné produkce, ale také prodeje či přeprave, práva a soudních sporů, ověřování pravosti zboží, apod. Obchodování s padělků je globální záležitostí, které se týká samozřejmě i České republiky. Přesto se mu nedostává dostatečného prostoru právě z pohledu komunikace, která je důležitou součástí motivování spotřebitelů k nákupu „pravého“ zboží. Tato komunikace by částečně měla být součástí nejen komunikace firem, ale i státu, který se ochranou pravosti zabývá v dalších institucích a nástrojích (např. ČOI).

Diplomantka tedy u tématu zůstala a výzkumnou metodu změnila na kritickou diskurzivní analýzu, která jí umožnila téma, v němž se o řadě věcí mlčí, prozkoumat více do hloubky. Za drobný nedostatek práce lze vytknout minimální definici metody, která je různě interpretována různými autory (s. 28). Naopak oceňuji práci s daty a jejich vizualizaci, např. v mapách stakeholderů (s. 52-53), ad., a výběr datasetu: kromě českých médií i významná zahraniční média, která se tomuto tématu věnují. K diskusi by byla doporučena v kap. 3.6, která by si zasloužila možná větší diskusi a mohla by sloužit např. jako podklad k dalšímu jednání, ať již pro značky, či pro stát. Zejm. luxusní značky např. zásadně odmítají poučovat své zákazníky o pravosti či nepravosti jejich zboží (bod 3), v ČR sice existuje České sdružení pro značkové výrobky, ale jejich komunikaci není příliš vidět (bod 2), apod. Jako klíčové sdělení a poznatek práce lze proto označit výsledky analýzy jako takové, zejména identifikaci čtyř klíčových témat (kontext, motivace, chování značek a autority).

Lze shrnout, že diplomantka odvedla velmi solidní práci, předkládá vlastní výzkum se zajímavými a novými poznatky, a přispívá tak k lepšímu porozumění celkové problematice „zamlčovaného“ tématu padělků. Celkově práci hodnotím jako výbornou stupněm A.

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

5.1	Existují nějaké jiné další způsoby, jak by mohly značky spolupracovat s "autoritami" v oblasti strategické komunikace či edukace spotřebitelů, jak píšete v závěru? Některé státy (např. Španělsko) mají i vlastní komunikační kampaně s morálním apelem na to, aby spotřebitelé nekupovali padělky. Měl by podobný přístup odezvu a dopad i u nás?
5.2	
5.3	
5.4	

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:

Podpis:

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