

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: Mgr. Pavla Procházková

Název práce Fenomén IKEA: Filozofie marketingu a strategické komunikace od počátků do současnosti.

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Halada Jan

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 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)

Diplomová práce se v podstatě od stanovených tezí neodlišuje.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte 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)

Literatura k zvolenému tématu je bohatě a široce zastoupena, dobře a přesvědčivě zpracována. Práce je nesporně původní a záslužná, z hlediska využití materiálu, zdrojů a techniky zpracování, a to včetně kritického přístupu, logicky pojata a kvalitně prezentována ve výkladu a závěrech.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte 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)
 Struktura i terminologie magisterské práce je na kvalitní úrovni, bez zásadních připomínek, text působí přesvědčivě. Citační norma je rovněž bez zásadních prohršků, stejně tak i jazyková a stylistická stránka diplomové práce, výtek je minimum. Grafická stránka je na kvalitní úrovni, příloha přesvědčivě doprovází text, poznámkový aparát je velmi bohatě zastoupen, literaturu a text doprovází využití zdrojů ze švédského muzea IKEA. Celá práce má charakter heuristický, významný pro orientaci v textu.

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

V tomto případě zpracovaného tématu je skutečností, že IKEA představuje nezpochybnitelný světový fenomén, a to jako z hlediska obchodního, ekonomického, prodejního, marketingového, ale i celospolečenského. A dodejme, že z hlediska tak často prezentovaného, tj. komunikačního, zapůsobila, či do jisté míry i vychovala, několik generací, jak stálých klientů, tak i svých příznivců. Autorka magisterské práce toto vše spolehlivě od zrodu firmy až po současnost dokumentuje, uvádí příklady, frapantně známé, ale i méně známé či dokonce neznámé, ale přesvědčivě ilustrující celou historii firmy, její vývoj, problémy, vize a zejména širokou škálu marketingových postupů, zvolené strategické komunikace s jejími metamorfózami. Téma je pojaté a zpracované se zaujetím, širokým přehledem a důkladně, neztrácí gradaci při výkladu. Důležitý je tu pak ten aspekt, a to, že se nejedná o nekritické zaujetí, autorka diplomové práce vidí nejen posítiva, ale i negativa, která se zde přirozeně musí i vyskytovat. Diplomová práce je kvalitním přístupem k tomuto zvolenému fenoménu, je na ni možno navazovat a i nadále v jeho zkoumání a analýze pokračovat.

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

5.1	Jaký může být další vývoj firmy IKEA, bude se zásadně měnit například její strategická komunikace, lze očekávat ještě další expanzi, může se objevit silná konkurence?
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: 17. 1. 2024

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.

