

**UNIVERZITA KARLOVA | Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do označených políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Jméno a příjmení: Vojta Novotný

Název práce Případová studie použití parodie v reklamní kampani

Autor/ka posudku

Jméno a příjmení: Tereza Klabíková Rábová

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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)
Případné drobné úpravy jsou explicitně vysvětleny.

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	B
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	B
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálů	C
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	C

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

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

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

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	B
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	C
3.3	Dodržení citační normy (Pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnot'te písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejeté 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.)	B
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (Pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnot'te písmenem F.)	B
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	A

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

Text je srozumitelný, bez chyb a odpovídá registru odborného textu (konverzační maximy, nikoliv maxima, někde se objevuje neskloněné přijmení autora). Poznámkový aparát ani obrazová příloha nejsou využity.

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

Diplomant předkládá práci, která je v kontextu marketingové komunikace osvěžujícím způsobem odlišná jak výběrem tématu parodické kampaně, skladbou titulů teoretického výkladu (reakční marketing, intertextualita aj.), tak metodologicky (pragmalingvistická analýza vybraných reklamních komunikátů a další smíšené metody: rozhovory a dotazníkové šetření). Takto neběžný způsob řešení s sebou může nést i jistou míru rizika, nepřehlednosti či nekoherentnosti výsledných zjištění. Diplomant nicméně na kvalitativní úrovni zpracoval analýzu poctivě, výklad je strukturovaný, soustředěný a postupuje dle očekávaných kroků pragmalingvistické analýzy. Pozitivně bych vytkla jeho důraz na aspekty manipulativnosti zvolené kampaně jako demonstraci potřeby posuzovat etický rozměr konkrétní marketingové komunikace. Pro srovnání výsledků vlastní kvalitativní analýzy podnikl autor rozhovory s tvůrci kampaně a velice detailní dotazníkové šetření. Předkládá tak široké spektrum výsledků, jež se snaží vzájemně vztahovat a interpretovat, což nepůsobí vždy beze zbytku přehledně a jistě by bylo pro komplexní vyhodnocení úspěšnosti/problematičnosti zvolené reakční kampaně třeba, jak sám píše v limitech, brát v potaz i další faktory. Přesto jeho výsledky mohou posloužit jako východisko k dalším zkoumáním.

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

5.1	Která média by tedy měla být vhodnější k virálnímu šíření?: Videoklip byl sice publikován na vizuálně orientovaných sociálních médiích, které podle teorie přináší horší výsledky virálního šíření (Mazerant et al., 2021, s. 27)
5.2	
5.3	

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	
-----	--

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

A **Bx** **Cx** **D** **E** **F** (nedoporučuji k obhajobě)

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte 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.