

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: Viktorie Kruschinová

Název práce: Inkluze diverzity v marketingové komunikaci v módním průmyslu: Případová studie Dedoles a F&F

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Ortová Nina, M.A.

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 checked="" 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

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

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

Studentka aplikovala poměrně obsáhlé množství literatury, v teoretické části jí ale chybělo větší propojení jednotlivých titulů tak, aby na sebe více navazovaly, reagovaly a aby jí v konečném důsledku byla schopná i lépe aplikovat do svých závěrů. V některých pasážích také některé z myšlenek neozdrojovala nebo nevysvětlila v poznámkách pod čarou (např. str. 22 - „...na Twitteru, jenž je známý svou nefiltrací a rizika virálních negativních komentářů“ - Jak je tím známý? Kdo to tvrdí? Kde jsou na to data?). Práce je založena na srovnání většího a menšího prodejce, ovšem velikost není opět nijak podložena např. hospodářskými výsledky; zároveň jde o dvě firmy s jiným primárním způsobem prodeje - jeden je hlavně e-shop (Dedoles), druhý prodává primárně v kamenných obchodech v řetězci. To v práci zmíněné není a je možné, že tento rozdíl by mohl promlouvat do způsobu, jakým jsou jednotlivé kampaně tvořené. V závěrech studentka často zmiňuje chybějící diverzitu věkového zastoupení - dávala by ale u značky Dedoles skutečně smysl, jestliže je její cílová skupina mezi mladými lidmi? Stejně tak si nemyslím, že by se vůbec mělo věkové zastoupení hodnotit u dětské kolekce společnosti F&F. Studentka také velmi rychle práci "ukončila" - uměla bych si představit větší diskuzi nad srovnáním kampaní obou značek, stejně tak srovnání se zahraničím a s nalezenou odbornou literaturou.

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	C
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“ navrhnete, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	C
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	C
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	D

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

Práce by mohla více využívat poznámek pod čarou a některé pasáže nejsou řádně ozdrojované, viz výše. V práci se občas vyskytují jazykové a stylistické chyby, autorka také dle platné kodifikace kombinuje více typů psaní odstavců, čímž trochu trpí grafická úprava práce.

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

Práce je zajímavá, téma inkluze je v oblasti reklamy jistě potřebné a mělo by být zkoumané dál. Studentka se snažila systematicky najít slabá místa u dvou vybraných značek a jedno zásadní jistě našla, a to nedostatečné vyobrazení lidí s postižením v reklamních kampaních. Je škoda, že v závěru studentka nepřišla s větší odbornou diskuzí a zamýšlením, jak by tento fakt mohl být v tuzemském prostředí více zastoupen. Přes veškeré výtky (viz výše) věřím, že studentka napsala solidní práci, která zaslouží být obhájena.

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

5.1	Jak by podle vás měly být do reklamních kampaní integrované osoby s postižením či LGBTQ+ osoby, které v závěru zmiňujete? (Je český konzument připravený na 100% inkluzi?)
5.2	Je skutečně nutné mít v kampaních věkově rozmanité zastoupení, pokud cílová skupina dané značky je úzce specifikovaná?

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: 4. 9. 2023

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!