

KARLOVA UNIVERZITA V PRAZE
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček! Po jejich vyplnění hotový posudek prosím vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce Posudek oponenta

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Pospíchal Tomáš

Název práce: Zavádění značky Vína z Moravy, vína z Čech v letech 2006 - 2008

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Ing.Kopecký Ladislav

Pracoviště: katedra MKPR

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)
 Práce v souladu s tezemi.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	3
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	2
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálů	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
 Diplomant projevil při pojednání problematiky vína značnou erudici. Zaujaté se do tématu doslova "vpil" a ukázal, že je s ním ve velmi přátelském vztahu. Teoretické znalosti tvůrčím způsobem aplikoval na problematiku kampaně a obráceně, získané faktické poznatky a fakta dokázal zevšeobecnit a podpořit jimi teoretické předpoklady a výchozí pozice..

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	2
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejeté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přejeté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	2

3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 7)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	4

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

Diplomant ukázal schopnost vícerozměrné téma co nejvíce naplnit.

Téma víno jako značka má mnoho facét. Díky svému křesťanskému, biblickému zakotvení se víno stalo nápojem kultovním. Má společenský, kulturní, ekonomický, obchodní rozměr a v dnešní době patří k respektovaným spoluvůrcům životního stylu. O vinech se hovoří jako o lidských bytostech a události s ním spojené patří k novodobým společenským rituálům. Je těžké jej pojednat jako pouhou komoditu, je těžké jej vymezit jako značku.

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

Paradoxem této bakalářské práce je to, že značka Vína z Moravy, vína z Čech klasickou značkou není. Je druhovým označením, střešním označením svého druhu. Nevládne schopnostmi tradiční značky, která utváří a reflektuje výlučnou pozici a osobnost. Vína z Moravy, vína z Čech jsou komunikačním konceptem, který vyrostl z regionální příslušnosti a svébytnosti, snahy vychovávat, rozšiřovat povědomí a dát vínu další, kulturně - společenský rozměr. Jde o zajímavý a ve světě již používaný koncept, který má své nesporné silné stránky ale také své výrazné limity. V každém případě jde o užitečné, kvalitně zpracované téma, námět do diskuze a platformu pro další rozvoj.

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

5.1	Jaké jsou silné stránky a limity komunikačního konceptu Vína z Moravy, vína z Čech
5.2	Jakou optimální komunikační strategii by měl Vinařský fond v budoucnu zaujmout?

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis: 

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!