

**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: Kučerová Tereza

**Název práce:** Brand building freestylových značek na příkladu ( společnosti?) Quiksilver

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Dr. Dolanská Nora, MBA

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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)

Studentka předložila studii zabývající se marketingovou komunikací jistě věkové a zájmové skupiny mládeže, která je ovlivněna freestylovými sporty a jejíž životní hodnotová měřítka jsou určována životním stylem, trávením volného času, internetovou sociální komunikací a také - oblekáním. To doložila na značce Quiksilver. Firma, původně z USA, dnes celosvětová, podniká v celé řadě značkového oblečení pro volný čas, dominantní se však stala firma zejména v 90. letech minulého století a na počátku tisíciletí, kdy byla "prototypem" volnosti, nevázanosti, svobodného myšlení a konkrétního vnějškového znaku, jak se odpoutat od konvenčnosti. Studentka upravila kapitoly, zřejmě po čerpání dalších zdrojů, tak aby lépe odpovídaly struktuře práce.

**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	3
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	4
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	4

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

Autorka dokázala svou studii, že problematiku zvládá. Základním materiálem pro určení marketingové strategie jí však byl rozhovor se zakladatelem a prvním ředitelem české pobočky této firmy - Matějem Húskou. Z jeho slov je patrné, že vlastně on nadiktoval studentce, jak se firma profilovala a jak je dnes zakotvená na trhu s módním zbožím. Studentka pak vybrala zdroje, zkonkretizovala zadání a převedla je do teoretické roviny. Pokud by neuváděla v příloze podrobný rozhovor s tímto protagonistou, vypadalo by to jako vlastní vědecká a velmi vypravovaná studie. Takto předkládá dobře vybrané téma, jehož kritéria hodnocení zadal někdo jiný.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňte 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	4
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	4
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přejaté 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.)	4
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 7)	7
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	4

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

Když pomínou, že se čtenář po několika stranách textu přestane orientovat ve změní anglicismů (viz wakejam, mainstream, snowjam, team rideři, coreové printy, boardové sporty apod - pozor někdy snowjam a jindy Snow Jam! ) je zřejmě řada textů přeložena ze zahraničních materiálů a úroveň překladů patří spíše jako reportáže na stránky časopisů než do diplomové práce ( střídání minulého a budoucího času v jedné větě - např. str.16 apod.) Snahu diplomantky o původnost zdrojů hodnotím kladně, ale některé citáty do diplomové práce skutečně nepatří ( str.9. ...člověk jménem Sherman Popper... či ... Ta byla ( putovní výstava) fakt super, byla tam třeba Bára Saudková, které maloval kozy Jan Saudek..." str. 40)  
 Žel v práci zůstaly překlady ( str.37 - sw značkou spolupracuje už mnoho let)...a hlavně čtyři hrubé chyby - jedna dokonce dvakrát (shody podnětu s přísudkem), což snahu o poctivý rozbor velmi snižuje.  
 str.7...Ty .... se vyvíjeli ( značky)  
 str.10... mladé hvězdy se objevili (celá věta konzultována s Ústavem pro jazyk český AV)  
 str.31 a znovu na str. 69 ( takže nejde o přehlednutí, ale neznalost češtiny !).. Když značky začínali...

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

Oceňuji snahu přinést souhrn informací o jedné z nejprestižnějších značek oblečení pro mladou generaci, jež se snaží vybočit z tzv. mainstreamu, ( jak sama autorka ráda používá). Ale diplomová práce jako výsledek klasického studia na vysoké škole neformálnost zpracování příliš neuznává a proto je bezpodmínečně nutné, aby text byl opraven a uveden do souladu s normami pro vysokoškolské studium obvyklé.

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

5.1	Jeden ze závěrů práce hovoří o konkurenci se značkami H+M či Zara ? To jsou ovšem značky oblečení pro masovou populaci - je tedy současný marketingový záměr firmy Quiksilver také "velkoprodukční"?
5.2	Jak může marketing ovlivnit životní styl určité skupiny lidí?

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

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Pouze po opravě gramatických chyb.

Datum: .....

Podpis: .....

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