

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Lucie Šindlářová
Název práce	Marketingové komunikace prezidentských kandidátů ČR
Obor/forma studia	MK KS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Ladislav Burgr

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	b
2 Nastavení cílů a metod práce	30	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	b
4 Úroveň analytické části práce	50	c
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	b
7 Struktura a logika textu	40	d
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	d
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,63	C

Připomínky a hodnocení práce:

Velice zajímavé a aktuální téma, které má potenciál pro budoucí pokračování. Bohužel autorka podcenila závěrečnou korekturu, při které by jistě zjistila, že v kap. 6.1 (str. 35) opakovaně uvádí špatný letopočet, v kapitole 7.2.1 je úplně jiný obsah, než uvádí název této kapitoly (str. 43) a jiné věcné chyby. Práce neobsahuje seznam použitých zkratk a neobsahuje žádnou přílohu, přičemž billboardové a tiskové reklamy, které jsou předmětem hodnocení v kapitolách 8.2.1, 8.2.2 a 8.2.3 nejsou nikde ukázané a mohly být v příslušných přílohách. Proto u kritérií „Struktura a logika textu“ a „Jazyková a formální úroveň“ navrhuji hodnocení D.

Otázky k obhajobě:

1. V kapitole 1.2.2 (na str. 16) uvádíte celkem 4 definice pojmu „politický marketing“, od různých autorů. Se kterou definicí se Vy osobně nejvíce ztotožňujete a proč?
2. Do své komparativní analýzy jste nezahrnula některé podle Vás „doplňkové nástroje komunikačního mixu“ (kap. 8.4, str. 55) jako je např. osobní prodej, podpora prodeje a DM. Proč podle Vás např. osobní prodej neboli osobní účast kandidáta na volebních mítincích nemohl ovlivnit výsledky Vaší analýzy, když v prezidentských volbách v USA (o kterých mluvíte v teoretické části) je tato část komunikačního mixu hojně využívána?
3. V analýze porovnáváte volební spoty kandidátů, které byly vysílány na ČT a případně šířeny na internetu nebo sociálních sítích. Nikde neuvádíte, proč nebyly nasazeny na komerčních TV kanálech. Můžete shrnout zákonné normy, které v ČR omezují nebo regulují volební kampaně?

Ve Zlíně dne 10. 5. 2013

Podpis:

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01