# PROTOKOL HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

### POSUDEK VEDOUCÍHO

JMÉNO STUDENTA: Michal Drhovský

NÁZEV PRÁCE:Příma volba prezidenta v ČR – analýza prvního případu

HODNOTIL: doc. PhDr. Ladislav Cabada, Ph.D.

1. **CÍL PRÁCE (jaký byl a do jaké míry byl naplněn)**

Cílem předložené práce byla analýza vybraných aspektů první přímé volby prezidenta v ČR. Student se rozhodl zaměřit svou pozornost na vlastní vedení kampaně, již analyzuje s využitím poznatků a strategií politického marketingu. Cíl byl naplněn.

1. **OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ (náročnost, tvůrčí přístup, proporcionalita vlastní práce, vhodnost příloh)**

V první části práce student předtavuje základní teoretické přístupy ke studiu politického marketingu a analýze politické reklamy v rámci volební kampaně, následně pak provádí analýzu kampaní jednotlivých kandidátů na prezidenta ČR v letech 2012/13. V tomto ohledu je struktura práce logická a srozumitelná. Práce je doplněna vhodnými přílohami, které ve vizuální podobě doplňují textovou část analýzy.

1. **FORMÁLNÍ ÚPRAVA (jazykový projev, kvalita citací a používané literatury, grafická úprava)**

Formální úprava práce představuje jeden ze svou základních nedostatků práce. V textu se vyskytují poměrně četné stylistické chyby či formulační nepřesnosti (typu „analýza pomocí politického marketingu“ /str. 6/ – politický marketing určitě není analytickou metodou, ale spíše strategií či technikou) či tvrzení „letošní prezidentské volby“ /str. 60/ - volby proběhly před více než dvěma lety. Mimořádně četné je komolení jmen autorů či politiků – v celém textu Bruneirová (má být Brunnerová), Kotller (str. 7, má být Kotler), v celém textu bahenný (má být Behenský), Chytílek (má být Chytilek), Einsehower (str. 22) apod. Tovše svědčí o mimořádném spěchu s finalizací práce, ostatně přibližně od poloviny nynějšího rozsahu textu se mnou student přestal konzultovat. Odkazy a citace jsou vyznačeny, nicméně v odkazech vidíme nedobrou praxi, kdy je editor vydáván za autora (příkladně Jablonski 2006 je v realitě Jablonski a kol. 2006, apod. Místy pozorujeme opření se ve velké části textu o jediný zdroj (kap. 3.2 jen z Bradové). Místy nadměrně vidíme sekundární odkazy – u pěti definic politického marketingu jsou takto odkázány tři.

1. **STRUČNÝ CELKOVÝ KOMENTÁŘ (silné a slabé stránky práce, zdůvodnění hodnocení)**

Předložená práce je přijatelnou bakalářskou prací. Student se zaměřil na jeden z aspektů prezidentské volby, a to vlastní volební kampaň jednotlivých kandidátů. Je to záměr zcea přijatelný, nicméně nebyl dle mého soudu dostatečně jasně zdůvodněn v úvodu práce. Vlastní analýza je provedena dobrým způsobem, nicméně není reflektován širší kontext – jako příklad uvádím, že student sice zmíní v podobě tabulky, jakými zdroji kandidáti oficiálně disponovali, ale nijak již nediskutuje či nefalzifikuje nedůvěryhodnost těchto údajů u některých kandidátů. Ze nicméně akceptovat, že pro potřeby analytické bakalářské práce je takový kontextualizovaný přístup nadměrně náročným cílem.

Celkově práci hodnotím jako velmi dobrou, nicméně kvůli nedostatečné formální úpravě textu navrhuji celkově o něco horší hodnocení

1. **OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY URČENÉ K ROZPRAVĚ PŘI OBHAJOBĚ**

Proč není u T. Fišerové zmíněno Klíčové hnutí? Mohl by student předtavit, oč se jedná? Mohl by student rozvést i hlavní nástroje kampaně Vladimíra Dlouhého, byť byl nakonec z klání vyřazen? Jaká úskalí Dlouhým vedená kampaň přinesla?

1. **NAVRHOVANÁ ZNÁMKA**

Velmi dobře až dobře

DATUM: 8. května 2015 PODPIS: