

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Karolína FORMÁNKOVÁ
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Politický marketing vybraných stran ve volbách do poslanecké sněmovny se zaměřením na sociální média

Hodnotitel – oponent: Ing. MLNÁŘÍK Pavel
Podnik – firma: KMO FEK ZČU v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Bakalářská práce se zabývá politickým marketingem. Jako cíl si studentka stanovila zhodnocení předvolební kampaně vybraných politických stran při volbách do poslanecké sněmovny v roce 2017. Kvalitu práce velmi snižuje kvalita pravopisu (např. na str. 11 cíly místo cíli; nápis práce již nese s sebou chybu - do poslanecké sněmovny, místo do Poslanecké sněmovny; na str. 18 Přehled využívání Facebooku v České Republice; na str. 19 uvádíte 13. Března apod.; interpunkce vyvolává problém se čtivostí práce). Práce je vnitřně nekonzistentní (v úvodu studentka píše, že politický marketing se v České republice objevuje a využívá posledních 16 let a v první kapitole uvádí, že bylo konceptu politického marketingu využito již po Sametové revoluci). I navzdory tomu, že práce obsahuje přes 100 stran, tak její deskripce je velmi mělká, studentka nevyužívá příležitosti rozdílných přístupů autorů, nevytvořila přehlednou tabulku, kde se jednotlivé definice liší, kde se naopak shodují. Deskripce historie jedlitlivých politických stran práci uměle pouze natahují a nemají žádný přínos. Dokonce i jazykové zpracování neodpovídá formě bakalářské práce. Kvalitu dále snižuje zarovnání číselných údajů do tabulek a automatické opravování prvního písmena. Dále na str. 26 či str. 85, 87, 88 atd. není odstavec zarovnán do bloku. Velmi chválím kapitolu 4, kdy konečně dochází ke komparaci celé kapitoly 3, nicméně opět velmi obtěžujícím faktorem je legenda umístěná v obrázcích - jednou

nahoře, podruhé dole. Velmi negativně působí odkazy na přílohy (např. na str. 82 je odkaz na přílohu J, nicméně v přílohách pod písmenem J je úplně něco jiného a žádný dotazník). Velmi neprofesionálně působí postoj, který je očividný, a to proti současnému premiérovi České republiky, Andreji Babišovi, stejně tak jako využívání zdroje idnes.cz. U obrázků č. 70 a 71 nejsou přidány hodnoty, a tím grafy působí velmi lacině, to poté pokračuje v celé kapitole. Ostavec věnovaný na str. 88 hnutímu Piráti je totožný s odstavcem na str. 87, který je ovšem věnovaný ODS. Autorka si dokonce nedala ani tu práci přepsat ODS na Piráti. Kapitola 5.4.4 působí velmi neprofesionálně a fakt není autorkou potvrzen a ozdrojován. Další negativum nalézám v seznamech obrázků a příloh.

Zcela zásadně chybí metodika prováděného dotazníkového šetření, i přes to však autorka splnila požadavky kladené na bakalářskou práci. Doporučuji hodnotit po zodpovězení všech otázek stupněm Velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Myslíte si, že je opravdu politický marketing v podmínkách České republiky, resp. Československé socialistické republiky tak nový obor? Jaký je rozdíl mezi politickou kampaní a propagandou?

Mohla byste přesně vysvětlit, co znamená ekonomický marketing, jak uvádíte na str. 12?

Na str. 17 uvádíte, že se v dnešní době volební kampaně mění, že se vše profesionalizuje. Chápu správně, že dříve byly politické kampaně na amatérské úrovni?

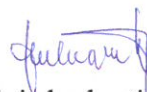
Proč si myslíte, že pozici lídra na sociálních sítích získala a obdržela právě TOP09 (str. 17)?

Udáváte (str. 18), že Facebook je ve světě nejpopulárnější síť. Demonstrujte, prosím, toto tvrzení na datech využívání Facebooku v Číně, Japonsku a Rusku v závislosti na jiných sociálních sítích.

Proč jste v jednotlivých analýzách ve množství reakcí na facebookových profilech nehodnotila i množství komentářů? Mají nebo nemají podle Vás komentáře u příspěvku význam?

Jaké téma by podle Vás bylo klíčové a vedlo by k výhře v případných volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2018?

V Plzni, dne 21. května 2018



Podpis hodnotitele