



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Lukáš Sladký
Studijní program: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Politický marketing v rámci komunálních voleb

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Holubová
Podnik/organizace oponenta: FEK ZČU

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na politický marketing v komunálních volbách v Domažlicích. Hned na úvod je třeba říci, že práce obsahuje příliš mnoho chyb a nedostatků a nemohu ji klasifikovat jinak než stupněm "nevyhověl". S ohledem na množství nedostatků doporučuji práci kompletně předělat. Zde jsou důvody mého rozhodnutí:

- obrovské množství gramatických a stylistických chyb, věty a odstavce na sebe nenavazují, místy jsou věty až nesmyslné
- práce s odbornými pojmy - marketingový vs. komunikační mix, nezařazení webových stránek do některého z nástrojů, formulace typu "klasické projevy PR" (s. 23), "síťová média" (s. 25), "dostat do podvědomí" (s. 27, 53)
- diskutabilní až nesmyslné formulace s odbornými termíny např. s. 15 uvedení produktu na trh = vyhrané volby, s. 22 zaměření přímého marketingu na členy strany, s. 26 "kampaň je chápána jako produkt", s. 30 webové stránky cílí na "přesný segment"
- chybějící zdroje (kap. 3, 4) a práce se zdroji v textu např. "v současné době" a zdroj z roku 2000 (s. 26)
- avizovaná analýza v kap. 3.3.1 není analýza, ale povrchní a špatný popis, návazná kap. 3.3.2 je obdobně špatná

- nedostatečná analýza jednotlivých nástrojů např. obsah webu, frekvence a obsah příspěvků na sociálních sítích (včetně charakteru reakcí, počtu followerů), chybí přehledná detailní tabulka shrnující závěry autorova šetření
- nesmyslně kratičké odstavce na 1 nebo 2 řádky (s. 8, 15, 17, 22, ...)
- nesmyslné formulace např. s. 28 "Město Domažlice se nachází v jižních Čechách" + chybně napsaný název města "Furt bei Göttweig" a jeho špatné umístění do Německa, s. 30 "strana ... jako jediná překonala hranici 20 % a mohla poskytnout celkem 5 zastupitelů", s. 48 "Hodnocení mezi volební aktivity či programu viz tabulka ..."
- formulace výzkumného problému - na první polovinu odpoví na základě provedeného šetření nikoli dotazníku
- chybí odůvodnění načasování dotazníku, informace o pilotáži, reprezentativnosti vzorku
- obrázky u výzkumu jsou často k textu duplicitní
- nepracuje s daty, nehledá souvislosti a jen málo vyvozuje závěry, zaměřuje se na holý výčet výsledků
- formulace otázek v dotazníku - ptá se prakticky dvakrát na to samé, umístění demografických otázek doprostřed dotazníku (viz příloha)
- "reklama" v tabulce 13 a závěr, že ji "respondenti preferují" je přinejmenším zavádějící, formulace níže na stránce jen dokládá, že práce je opravdu lajdácky napsaná "nejpoužívanější technikou byla reklama (vizuální), která oslovila všechny politické strany"
- závěry a doporučení jsou tristní, autor si i odporuje, samotná kapitola Závěr je spíše shrnutí
- není splněn cíl práce - "analýza jednotlivých nástrojů politického marketingu" - autor se věnoval pouze vybraným nástrojům komunikace

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

V Plzni, dne 21.05.2023

Podpis hodnotitele