

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Barbora Bláhová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Politický marketing vybrané strany

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik – firma: Fakulta ekonomická 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
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<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

Jak je uvedeno v předložené práci, také v ČR politický marketing v posledních letech doznal dynamického rozvoje, pomalu se i profesionalizuje.

Cíl práce je uveden na s. 6 a následuje kultivovaně napsaná teoretická část práce, která využívá řadu zdrojů a skutečně velmi přehledně objasňuje problematiku politického marketingu, jeho vývoj, ukazuje příklady z prezidentských voleb v USA i v ČR atd. K dokonalosti by vedlo častější porovnávání některých zdrojů a vyvozování dílčích závěrů, jež se promítnou i do vlastního šetření, ale i tak tuto část práce hodnotím velmi kladně.

Opět s využitím řady zdrojů autorka popisuje aplikaci marketingu u dvou zvolených stran (Piráti a TOP 09) v období kampaně voleb do Poslanecké sněmovny parlamentu ČR v roce 2017. Přínosné je i to, že autorka komentuje některé aktivity i z pohledu vložených prostředků, samozřejmě se zabývá apely na mladší i starší voliče atd.

Vlastní dotazníkové šetření je prezentované od s. 40. Škoda, že autorka nevěnovala více úsilí objasnění toho, jak vznikly (a proč) jednotlivé položky dotazníku, tedy konstruktů dotazníku. Dále zřejmě neproběhla pilotáž a ani předvýzkum. Respondenti jsou uvedeni na s. 41 a je evidentní, že soubor není genderově vyrovnaný. Následuje prezentace dat většinou jen s využitím procent, v dílčích tabulkách

najdeme i průměry a mediány. Je škoda, že alespoň z tréninkového důvodu si atorka nevyzkoušela použít nějaké další statistické zpracování dat.

Chybou v této části práce je, že některé odpovědi s malou četností jsou interpretovány prostřednictvím procent, což je zavádějící (příklad s. 46 dole, 60 % = 12 respondentům starších 31 let). Podobně zde mělo být uvedeno, že šetření je spíše anketa a nelze jej generalizovat na celý základní soubor, což bohužel autorka v doporučeních činí. To snižuje jinak kvalitní úroveň této bakalářské práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Znáte nějaká reprezentativní šetření z ČR z této oblasti?

S jakým souborem respondentů pracují a jak můžete volit soubor, aby výpovědi bylo možné generalizovat na celou populaci?

Zkoumala jste dvě uvedené strany, přesto, co výrazně jiného z hlediska marketingu (příklad) udělala nějaká jiná strana, která byla úspěšná v těchto volbách?

V Plzni, dne 9. 5. 2019

Podpis hodnotitele