



KATEDRA ČESKÉHO JAZYKA A LITERATURY
Posudek bakalářské práce

Autor: Kamila Spoustová

Studijní obor: Jazyková a literární kultura

Název práce (česky/anglicky): Tvorba propagačního videa

Vedoucí práce: Mgr. Michal Čuřín, Ph.D.

Oponent práce: Mgr. Jan Bílek, Ph.D.

Hodnoticí kritéria	Hodnocení
Soulad názvu práce s obsahem, cílem, anotací, obsahem a závěrem	A
Teoretická podkladová koncepce, metodika/metodologie, terminologie	A
Schopnost analýzy excerpovaného materiálu/předmětu výzkumu a následné syntézy, interpretace a argumentace	A
Sekundární literatura, tvůrčí aplikace, schopnost kritického komentáře	A
Struktura práce (výstavba textu, adekvátnost použitých stylistických prostředků), dodržení ortografické a gramatické normy, bibliografický a poznámkový aparát, jednotný způsob citací	A

Pozn.: Pro hodnocení se používá zavedené vysokoškolské klasifikace, tedy: A,B,C,D,E,F. Pokud diplomant obdrží v jednom (nebo více) z kritérií hodnocení F, pak je celá BP/DP považována za nedostatečnou.

Vyjádření vedoucího/oponenta práce k antiplagiátorské kontrole:

Celková podobnost 3 %.

Hodnocení práce – návrh klasifikačního stupně: A

Náměty pro obhajobu (formou otázek):

- 1. Jak se stavíte ke společenské odpovědnosti univerzity (popř. fakulty) v souvislosti s aktivním užíváním sociálních sítí obecně i některých konkrétních ke své propagaci? Je správné (etické), aby se veřejná instituce profilovala na sociálních sítích (typu kupř. Facebooku), které dávají prostor pro nenávistná sdělení, zveřejňování lží a manipulací (tato otázka v poslední době silně rezonuje v médiích a řada soukromých subjektů – zadavatelů reklamy – se z některých sítí stahuje)?**

Další poznámky k práci, kritické připomínky:

Autorka se své bakalářské práci zabývá problematikou tvorby propagačního videa. V teoretické části práce se s využitím relevantních zdrojů a kritickým



přístupem věnuje definičnímu zakotvení předmětu zájmu, popisuje jednotlivé činitele i fáze marketingové komunikace, následně přechází k záležitosti tvorby marketingového plánu. V praktické části představuje autorka výsledky analýzy propagačních videí z oblasti VŠ, což považuji za obzvláště cenné a přinášející nové poznatky. Následná strategie tvorby videa bude doufejme v budoucnu završena reálným produktem využitelným k propagaci PdF.

Datum a podpis vedoucího práce:

22. července 2020

Mgr. Michal Čuřín, Ph.D.