

VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH STUDIÍ, o.p.s.

Žižkova 6, 370 01 České Budějovice

### Posudek oponenta bakalářské práce

**Jméno a příjmení studenta:** Alexandra Gjurić

**Název bakalářské práce:** POLITICKÝ MARKETING V ČESKÉ REPUBLICE PO ROCE 1990 SE ZVLÁŠTNÍM OHLEDEM NA PREZIDENTSKOU KAMPAŇ V ROCE 2013

**Studijní obor:** Regionální studia

**Titul, jméno a příjmení oponenta práce:** doc. Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D.

**Pracoviště a pracovní zařazení:** VŠERS, o.p., docent

### Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)	Stupeň hodnocení						
	stupeň	A	B	C	D	E	F
	číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
aktuálnost a náročnost práce		X					
formulace cílů a úroveň jejich naplnění		X					
vhodnost členění práce	X						
teoretická úroveň zpracování	X						
metodická úroveň zpracování		X					
reprezentativnost a rozsah použité literatury	X						
úroveň práce s literaturou	X						
dodržování bibliografických norem		X					
úroveň formálního zpracování (estetická, grafická a jazyková)		X					
vazba výsledků práce na její obsah	X						
vlastní postoje a hodnocení	X						
uplatnění práce v praxi / výuce	X						
<b>Celkové hodnocení bakalářské práce</b>		X					
<b>Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě</b>		<b>ANO</b>					

### Stručné verbální hodnocení bakalářské práce:

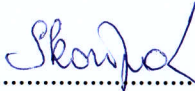
Práce je zaměřena na vývoj politického marketingu v ČR po roce 1990 a analýzu prezidentských voleb v roce 2013. Autorka přehledně a srozumitelně popisuje vývoj politického marketingu a jeho význam a místo v činnosti politické reprezentace. Tato část práce je přínosná množstvím literárních zdrojů a schémat, které přehledně přibližují problematiku politického marketingu. V analytické části vlastní práce jsou využívány prvky publicistického jazyka a slovní obraty, které se pro vědeckou práci příliš nehodí, i když mohou přiblížit atmosféru popisovaných jevů. Marketing jako vědní obor využívá při tvorbě strategií a cílů relevantní data. V práci je tato stránka naprosto pominuta a statistika voleb není využita.

Bakalářská práce je čtivá, srozumitelná, přináší řadu hodnocení a souvislostí. Práci doporučuji k obhajobě.

### Otázky k obhajobě:

1. Jaký význam v politickém marketingu mají zveřejňované preference stran, kandidátů?
2. Který komunikační nástroj politického marketingu považujete za nejúčinnější?

Datum: 23.5.2014

Podpis oponenta bakalářské práce:  .....

### Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VYBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRY (good) obecně vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEUSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce