

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

Žižkova 6, 370 01 České Budějovice

### Posudek vedoucího bakalářské práce

**Jméno a příjmení studenta:** Alexandra Gjurić

**Název bakalářské práce:** Politický marketing v ČR po roce 1990 se zvláštním ohledem na prezidentskou kampaň v roce 2013

**Studijní obor:** Regionální studia

**Titul, jméno a příjmení vedoucího práce:** doc. Dr. Lubomír Pána, Ph.D.

#### 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:

Cílem předkládané práce je definovat vývoj politického předvolebního marketingu v České republice po roce 1990 (s. 10). Autorka analyzuje změny v profesionalizaci vedení předvolebních kampaní českých relevantních stranických subjektů s důrazem na roli reklamních a PR agentur. Sleduje proměny v charakteru vedení kampaní z hlediska marketingového mixu ve sledovaném období. Zvláště podrobné analýze podrobuje předvolební prezidentkou kampaň. Práce představuje velmi zdařilou analýzu vývoje klíčových trendů, které postupně pronikaly do prostředí českého politického marketingu a které byly politickými stranami a jejich kandidáty absorbovány. Text je opřený o reprezentativní odbornou literaturu a jiné relevantní internetové zdroje. Určitým formálním nedostatkem je mnohdy nesprávná forma odkazů na internetové zdroje pod čarou, zvláště pak internetové deníky, osobní internetové stránky prezidentských kandidátů či youtube. Z práce je patrná vysoká orientace autorky ve zkoumané problematice, což se odráží nejen ve výborné teoreticko-metodické stránce textu, ale i v jeho stylistickém vyjádření, které však mnohdy využívá publicistický styl místo odborného. Práci doporučuji k obhajobě a hodnotím ji výborně.

### Otázky k obhajobě:

- 1) Jak hodnotíte vystupování kandidátů po skončení voleb?
- 2) V kterých aspektech dovedlo hnutí ANO, podle vašeho názoru, marketingový model Lees-Marshment k dokonalosti?

**Datum:** 23.5.2014

**Podpis vedoucího bakalářské práce:** .....

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

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