

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: **Bc. Jana Čikovská**

Název diplomové práce: **Psychologické aspekty Public Relations a Media Relations aktivit v neziskovém sektoru**

Volba tématu:	1. <u>Aktuální, málo frekventované téma práce</u>
	2. Aktuální, časté téma práce
	3. Neaktuální téma práce
	4. Nevhodně zvolené téma
Cíl práce a jeho naplnění:	1. <u>Vhodně zvolený cíl, který byl naplněn</u>
	2. Vhodně zvolený cíl, který byl částečně naplněn
	3. Vhodně zvolený cíl, který nebyl naplněn
	4. Nevhodně zvolený cíl
Struktura práce:	1. <u>Pro dané téma velmi vhodná</u>
	2. Pro dané téma částečně vhodná
	3. Pro dané téma nevhodná
Práce s literaturou:	1. Vynikající, použity dosud neběžné prameny
	2. <u>Velmi dobrá, použity nejnovější dostupné prameny</u>
	3. Dobrá, použity běžně dostupné prameny
	4. Slabá, použity zastaralé prameny
	5. Nevyhovující – použito málo zastaralé literatury
Vybavení práce tabulkami, grafy, přílohami:	1. Výborné
	2. <u>Velmi dobré, funkční</u>
	3. Dobré – jen částečně odpovídá nutnému doplnění textu
	4. Nedostačující
Přínosy DP:	1. Originální, inspirativní názory
	2. <u>Ne zcela běžné názory, které jsou inspirativní</u>
	3. Málo vlastních názorů nebo nedostatečně argumentačně podložené
	4. Vlastní názor chybí
Uplatnění DP v praxi a ve výuce:	1. <u>Práci lze výborně uplatnit v praxi</u>
	2. Práci lze částečně uplatnit v praxi
	3. Práci lze výborně uplatnit ve výuce nebo výzkumu
	4. <u>Práci lze částečně uplatnit ve výuce nebo výzkumu</u>
	5. Práce nelze v podstatě využít ani v praxi, při výuce nebo výzkumu
Grafická stránka:	1. <u>Výborná</u>
	2. Velmi dobrá
	3. Dobrá
	4. Nevyhovující
Jazyková stránka	1. Stylistika: a) Výborná
	b) <u>Dobrá</u>
	c) Nevyhovující
	2. Gramatika: a) Výborná
	b) <u>Dobrá</u>
	c) Nevyhovující

- Zásadní připomínky k DP:
1. **nemám**
 2. mám tyto:

Další hodnocení:

Cílem předložené práce je zjistit, jak konkrétní organizace ve vybraných charakteristikách hodnotí sebe sama, jak tyto charakteristiky prezentuje veřejnosti a nakolik jsou veřejností skutečně vnímány. Ke srovnání měly posloužit vybrané psychologické metody, např. sémantický diferenciál.

Ke splnění tohoto cíle se autorka snaží vytvořit nejprve teoretický rámec a seznamuje čtenáře s důležitými pojmy a jejich definicemi a uvádí základní teoretické poznatky relevantní k tématu práce. Tato část má dobrou logickou strukturu a vytváří vcelku solidní základ pro část praktickou, je však škoda, že zůstává pouze kompilací, bez kritického názoru autorky. Příkladem může být práce s pojmy Corporate Identity a Image, které nabízejí různé možnosti výkladu a jež se mohly stát základem konceptuálního rámce výzkumného projektu; tyto možnosti však zůstaly nevyužity.

V praktické části autorka konkretizuje hlavní cíl a rozkládá ho do dílčích cílů, k nimž formuluje výzkumné otázky. Dále uvádí postup při získávání výzkumného vzorku a informuje o metodách získání a zpracování dat. Tato část odpovídá metodologickým požadavkům kladeným na tento typ práce, určitým zklamáním je skutečnost, že autorka zůstává u běžně používaných metod rozhovoru a dotazníku a rezignuje na možnost využití sémantického diferenciálu zmíněného v zadání práce, jenž mohl představovat kreativní vybočení z víceméně zaběhnutého stereotypu.

Výsledky jsou předloženy ve formě verbální prezentace nejdůležitějších informací získaných rozhovorem, data získaná dotazníkem jsou zpracována formou grafů a tabulek doplněných popisem a stručnou interpretací. U grafů není vždy jasné, z jakých hodnot vycházejí (např. graf č. 6 – zřejmě jde o sloučení dvou nejvyšších dosažených hodnot u dané položky, upozornění na tento postup však chybí).

Vyhodnocení dat ve vztahu k výzkumným otázkám a cílům přináší kapitola Diskuse. I tato část má odpovídající úroveň, je přehledná, interpretace dat vcelku odpovídá použitým metodám i charakteristikám výzkumného vzorku. Závěr přináší stručné shrnutí práce a soubor doporučení k nápravě zjištěných nedostatků v oblasti PR ve sledované neziskové organizaci.

Předložená DP svědčí o autorčině schopnosti samostatně zvládnout zadaný úkol vyžadující propojení teoretických poznatků s konkrétní praktickou situací. Autorka odvedla standardní, vcelku poctivou práci, avšak bez větší invence, ačkoliv dané téma poskytuje poměrně široký prostor tvůrčím, netradičním přístupům.

Práce splňuje základní požadavky kladené na tento typ prací a proto ji doporučuji k ústní obhajobě:

1. **ano**
2. ne

- Navrhovaná klasifikace:
1. výborně
 2. **výborně nebo velmi dobře dle ústní obhajoby**
 3. velmi dobře
 4. velmi dobře nebo dobře dle ústní obhajoby
 5. dobře
 6. dobře nebo nevyhověl dle ústní obhajoby
 7. nevyhověl

Otázky k ústní obhajobě práce:

1. V zadání práce je zmiňována metoda sémantického diferenciálu. Zdůvodněte, proč jste tuto metodu nepoužila a popište, jak by bylo nutno postupovat, pokud byste tuto metodu chtěla použít.
2. V závěrečné části práce uvádíte nejúčinnější prostředky PR aktivit a navrhuje možnosti jejich zlepšení. Váš přístup je ryze popisný, pokuste se však zobecnit, tedy určit obecnou kategorii, do které tyto aktivity lze zařadit a poté vyvodit závěry pro zlepšení.

Datum: 4. 9. 2007

Podpis vedoucího DP: PhDr. Miloslava Hiršová, Ph.D.