

Posudek oponenta diplomové práce

Studijní program: **Politologie**

Studijní obor: **Politologie**

Akademický rok: **2014/2015**

Název práce: **Politický marketing v ČR: komparace využití politického marketingu na komunální a senátní úrovni v roce 2014**

Řešitel: **Bc. Sonja Mazurová**

Vedoucí práce: **prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.**

Oponent: **doc. PhDr. Karel Müller, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	1
2.	Logická stavba práce	1
3.	Práce s literaturou, citace	2
4.	Adekvátnost použitých metod	1
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	2
6.	Vlastní přístup k řešení	1
7.	Formální úprava práce	2
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	2

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Práci považuji za velmi dobrou až výbornou. Její poznávací základna je nadprůměrná, struktura logická, styl čtivý a kultivovaný. Propojení teoretické a empirické části je organické a produktivní. Teoretická část je dostatečně robustní. Je třeba ocenit, že Sonja provedla vlastní empirický výzkum a pracovala také s primárními daty. Jistě by bylo na práci co zlepšovat, ale nejde o zásadní věci. Vytknout by bylo možné to, že úvodní baterie výzkumných otázek nevykazuje zřejmou logiku a nějaké vrstvení. Bylo by také možné a pro výzkum produktivnější formulovat nějaké odvážnější hypotézy. I propojení teorie a empirie (včetně primárních dat) dat mohlo být utaženější, například častějším odkazováním v teoretické části na empirickou a naopak. Také by bývalo bylo vhodné zařadit samostatnou komparativní kapitolu. Komparace je vlastně představena až v samém Závěru DP, tam ale měla být shrnuta práce jako celek. Text vykazuje příležitostné inkonsistence v odkazování i ve formátování textu. Vyskytují se také příležitostné chyby ve stylistice (ve vazbách) a pojmové lupy (například empirická část je chybně nazývána praktickou). Přes uvedené připomínky musím konstatovat, že Sonja odvedla solidní práci. DP se mi velmi líbí a k obhajobě navrhuji následující otázku: jaké vidíte zásadní (strukturní) rozdíly ve strategii politického marketingu na parlamentní (senátní) a na komunální úrovni? Pokud nějaké vidíte, jak si tyto rozdílnosti vysvětlujete?

Závěr: Diplomovou práci **doporučuji k obhajobě.**

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 20. 01. 2015

doc. PhDr. Karel Müller, Ph.D.

oponent práce