

Posudek oponenta bakalářské práce

**Jméno a příjmení
studenta**

Tomáš MIKOTA

Název práce

Marketingová komunikace vybraných politických stran v ČR v době
předvolební kampaně

**Název a typ studijního
programu**

Ekonomika a management / Bakalářský

Fakulta / katedra

Ekonomická fakulta / KŘE

Vedoucí práce

Maříková Monika, Ing. Ph.D.

Oponent

Ing. Jana Adam, MBA

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.5
2. Logická struktura práce 2.0
3. Naplnění cíle práce 2.0
4. Metodický postup 3.0
5. Hodnocení teoretického zobrazení a přínosu 3.0
6. Praktický přínos práce 2.5
7. Práce s literaturou 3.0
8. Formální stránka 3.0

Závěr

Hodnocení práce (známka): **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Autor práce se věnoval zmapování marketingové komunikace politických stran v době předvolební kampaně v České republice v roce 2021. Práce obsahuje velké množství přímých citací, přičemž není zcela jasné, zda jsou citace adekvátně a kriticky interpretovány, což může naznačovat nedostatek vlastního myšlení a kritického uvažování autora. Bylo by vhodné, aby autor vlastními slovy shrnul a interpretoval informace získané z citovaných zdrojů. Kromě toho je styl a formální stránka práce ne zcela dostatečná. Práce obsahuje chyby v pravopisu, gramatice a interpunkci, autor by měl věnovat více pozornosti formální stránce, aby práce působila profesionálně. Kladně hodnotím část "Představení zkoumaných kandidujících subjektů", která skýtá zajímavý přehled informací o proběhlých marketingových kampaních. Práce poskytuje ucelený pohled na marketingovou komunikaci politických stran v době předvolební kampaně, což je důležité pro porozumění fungování politického systému. Práce v kapitole 4.5 krátce poukazuje na ekonomické náklady jednotlivých částí zkoumaných politických marketingových kampaní, avšak dále s těmito daty není nijak pracováno, ani hledány souvislosti. Práce mohla poskytnout detailnější analýzu dat a lépe interpretovat výsledky a závěry. Autor by měl více zdůraznit, jak získaná data podporují jeho

argumenty a závěry.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

1. Jaké jsou hlavní rozdíly v marketingové komunikaci politických stran v České republice v porovnání s jinými zeměmi?
2. Jaká jsou omezení a přínosy analýzy negativních kampaní v politické komunikaci?
3. Jak by mohly být výsledky této práce využity pro další výzkum v oblasti politického marketingu a komunikace v České republice?

Datum: 07.05.2023

Podpis oponenta