

Katedra politologie a evropských studií FFUP
Hodnocení diplomové práce

Jméno studenta	Filip Vítek	
Název práce	Analýza nástrojů politického marketingu v propagandě NSDAP	
	Jméno	Datum
Vedoucí práce	Eva Lebedová	24. 8. 2016
Oponent práce		
Celkové hodnocení	C/D	
Upozornění	V případě plagiátorství je práce automaticky hodnocena jako nedostatečná.	

Podrobné hodnocení práce

	Stupnice						
Hodnocení (+)	A	B	C	D	E	F	Hodnocení (-)
1. Student práci pravidelně konzultoval.*		x					1. Student práci nekonzultoval.
2. Student prokázal schopnost samostatného přístupu ke zpracování tématu práce.*			x				2. Student neprokázal schopnost samostatného přístupu ke zpracování tématu práce.
3. Vhodně stanovené cíle práce a výzkumné otázky. Kvalitně formulované hypotézy.			x				3. Nevhodně stanovené cíle práce a výzkumné otázky. Nesprávně formulované hypotézy.
4. Obsah práce naplňuje stanovené cíle práce, výzkumné otázky ev. hypotézy.				x			4. Obsah práce nenaplňuje stanovené cíle práce, výzkumné otázky ev. hypotézy.
5. Výborná znalost relevantní literatury a pramenů k tématu práce.			x				5. Nedostatečná znalost relevantní literatury a pramenů k tématu práce.
6. Kriticky hodnotí použité zdroje.			x				6. Nehodnotí použité zdroje.
7. Vhodně zvolené metody a výzkumný přístup; jejich kvalitní popis.			x				7. Nevhodně zvolené metody a nevyjasněný výzkumný přístup.
8. Analytická část práce vychází a navazuje na vhodně zvolené teorie.				x			8. Analytická část práce vychází z nevhodně zvolené teorie. Případně teorie bez relevantních důvodů zcela absentuje.
9. Kvalitně zpracovaná analýza problému.				x			9. Nekvalitně zpracovaná analýza problému, případně absence analýzy.
10. Kvalitní, přehledná prezentace a interpretace výsledků analýzy; kvalitní diskuse závěrů.				x			10. Nedostatečná, příp. nesrozumitelná prezentace a interpretace výsledků analýzy; nedostatečná diskuse závěrů.
11. Kvalitně vypracovaný úvod.			x				11. Nedostatečně vypracovaný úvod.
12. Ucelený závěr obsahující kvalitní syntézu poznatků.			x				12. Nedostatečně vypracovaný závěr.
13. Dostatečně obsáhlý a kvalitně vedený poznámkový aparát a citace zdrojů.			x				13. Nedostatečný poznámkový aparát a citace zdrojů.
14. Dobrá struktura práce a kvalitní, logická výstavba textu.			x				14. Špatná struktura práce a nevhodná výstavba textu
15. Kvalitní jazykové podání (stylistika a gramatika).				x			15. Špatné jazykové podání.
16. Práce je po formální stránce kvalitně vypracovaná.				x			16. Práce je po formální stránce nedostatečně vypracovaná.

Některé body nemusí být hodnoceny, pokud je to v následující části zdůvodněno.

Zdůvodnění podrobného a celkového hodnocení práce:

Stupnice hodnocení: A,B, C, D, E, F

Stupeň

A
B
C
D
E
F

Hodnota pro účely výpočtu stud. průměru

1
1,5
2
2,5
3
4

* hodnotí pouze vedoucí práce

Katedra politologie a evropských studií FFUP

Hodnocení diplomové práce

Magisterská diplomová práce Filipa Vítka si klade poměrně zajímavé výzkumné otázky a cíle. Autor chce zjistit, do jaké míry se vzájemně překrývají koncepty politického marketingu a propagandy. Respektive, zda je politický marketing zcela novým fenoménem nebo zda můžeme vysledovat užívání některých jeho nástrojů již v historicky starším konceptu propagandy. Pro svou analýzu si zvolil propagandu u NSDAP. Filip Vítek zvolené téma zpracovává zejména na základě historizujícího přístupu a prostřednictvím kritické analýzy existující literatury. Je potřeba říci, že pro toto téma se jeví vybraný metodologický postup jako v zásadě legitimní. Na druhou stranu tento přístup vyžaduje nejen opravdu precizní znalost dostupné literatury, ale i schopnost kriticky pracovat se získanými poznatky a závěry jiných autorů. V tomto ohledu práce naráží na určité své limity a není vždy zcela jasné, proč v některých částech musíme být seznamováni s tolika odlišnými historickými příklady využívání propagandy apod. Domnívám se, že v selekci informací mohl být autor určitě pečlivější. Současně mohl místy lépe vysvětlit, podle jakého analytického klíče dospěl ke svým závěrům při srovnávání dvou vybraných konceptů – politického marketingu a propagandy. Vybraný metodologický postup také vznáší nároky na argumentační a jazykové schopnosti autora, neboť chceme-li ukazovat a demonstrovat rozdíly mezi oběma koncepty, je nutné, abychom byli přesní v naší interpretaci. A v tomto bodě se mi opět jeví předložená práce jako poněkud méně dotažená. V práci se objevuje hodně překlepů, chyb, interpretačních i jazykových nepřesností a stylistických lapsů. Je také mnohdy více než viditelné, a čtenáře to ruší, že autor vycházel z anglických textů – neboť věty jsou pak ve svém slovosledu a jazykovém stylu spíše anglické než české.

Navzdory uvedeným výhradám, Filip Vítek ve své diplomové práci shromáždil celou řadu zajímavých poznatků o fenoménech propagandy i politického marketingu a prokázal schopnost samostatně zpracovat zvolené téma. Práce splňuje standardy kladené na magisterské diplomové práce. Práci doporučuji k obhajobě s hodnocením C/D s přihlédnutím k ústní části obhajoby.

Stupnice hodnocení: A,B, C, D, E, F

Stupeň

A
B
C
D
E
F

Hodnota pro účely výpočtu stud. průměru

1
1,5
2
2,5
3
4

* hodnotí pouze vedoucí práce