# Obecné zásady

Každá práce musí:

* v Úvodu obsahovat jednoznačně stanovené **cíle** či výzkumné otázky a **zdůvodnění** jejich volby – jaká je novost, přínos k poznání či jiná přidaná hodnota naplnění cíle či zodpovězení otázky
* **shrnout poznání** či metodiky **vedoucí k dosažení cíle** či zodpovězení výzkumné otázky
* používat **metody** či postupy umožňující dosažení stanovených cílů
* popsat **výsledky**, tj. zda a jak bylo stanovených cílů dosaženo
* **diskutovat výsledky**, jejich omezení a limity
* být zakončena **závěrem,** který formuluje doporučení **na základě dosažených výsledků** či uvádí příležitosti pro další výzkum či aplikace

# Objevují se 3 druhy prací se svými specifiky:

## 1) Práce zaměřené na řešení praktického problému

* typicky podnikatelský plán, marketingový či komunikační plán, marketingová či obchodní strategie či kampaň
* kvůli dodržení rozsahu obsahují teoretickou část popisující zejména zásady tvorby dále aplikovaných plánů/strategií a představení výhod a limitů využívaných postupů a metod
* lze zařadit představení produktu nebo služby – nicméně ne jen jeho popis, ale představení potřeb, které má uspokojovat, zkušenosti z jiných trhů, výhody či limitace používaných technologií apod.
* práce musí obsahovat výzkum trhu, cílové skupiny apod. – způsob zpracování se hodnotí podobně jako u výzkumné práce
* práce obvykle obsahuje oborově specifické analýzy (SWOT, PEST ad.) – musí být argumentována jejich vhodnost a být doplněny komentářem či argumentací o způsobech využití a daty (či jejich simulací), které využívají; ne pouze tabulky s arbitrárním výstupem a jeho subjektivním hodnocení
* u práce se hodnotí zejména realističnost, konkrétnost, úplnost a aplikovatelnost
* příklady: [Zajícová](https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/182716)

## 2) Výzkumné práce (vzorem jsou publikované akademické články)

### základní / aplikovaný výzkum

* teoretická část práce je úzce zaměřena na zvolenou problematiku, představuje výzkumnou otázku coby zaplnění chybějícího poznání; aktuální stav poznání související se všemi hlavními aspekty výzkumného designu
	+ vychází z primárních zdrojů, zejména článků v dobrých akademických časopisech, podobná teoretické práci, ale je méně rozsáhlá a podrobná
* empirická část práce obsahuje části Metoda (Výzkumný soubor, Způsob sběru dat, Postup analýzy), Výsledky a Diskuse
	+ může být kvantitativní nebo kvalitativní,
	+ pro studenty je vhodná experimentální metoda,
	+ korelační design a dotazníkový sběr dat na dostupnostním souboru je přípustný pouze pokud výzkumná otázka nevyžaduje reprezentativní soubor,
	+ kvalitativní studie je téměř vždy náročnější na zpracování, jelikož musí vést k nové konceptualizaci či vhledu v tématu (ne jen nereprezentativnímu popisu blížícímu se žurnalistické formě)
* u práce se hodnotí zejména vhodnost zvolené metody k zodpovězení stanovené otázky, srozumitelnost, logičnost popisu metody a designu, úplnost popisu všech relevantních aspektů studie, reflexe nedostatků v diskusi

### analýza komunikace

* většinou výzkum efektivnosti komunikace instituce, značky či nějakého fenoménu
* důraz se klade na kvalitu a unikátnost dat (typicky **ne**postačuje popis volně dostupných dat) – buď je nutné je získat přímo z komunity, firmy (interní, Google Analytics apod.), nebo kvalitních externích zdrojů (MML, Newton Media ad.), alternativně z kvalitních rozhovorů s vhodnými osobami (typicky insidery)
* analýza spočívá v prokázání ne/účinnosti komunikace, na důkazech založené argumentaci výhod či limit komunikace, jejích důsledků atp.; nikoliv jen prostý popis kampaně či nástrojů komunikace či samotného fenoménu
* u práce se hodnotí zejména kvalita získaných dat, hloubka analýzy, unikátnost vhledu a zachycení podstatných souvislostí

## 3) Teoretické a archivní práce

### rešerše konceptu či zpracování nového konceptu/modelu

* využití relevantních primárních zdrojů, zejména akademických článků a monografií
* jde-li práce zejména rešeršní, je preferována metodika systematické rešerše (systematic literature review); je-li práce zejména teoretická, je nutné adekvátní vymezení se vůči existujícím teoriím
* u práce se hodnotí zejména kvalita zpracovaných zdrojů, komplexnost a srozumitelnost zpracování, kritická práce se zdroji, originální syntéza poznatků
* rozsah a hloubka zpracování musí kompenzovat chybějící empirickou část
* příklady: [Houlíková](https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/86155), [Picková](https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/151947/)

### historické

* využití archivních dat
* obvykle historie a komunikace značky
* důraz se klade na kvalitu a unikátnost dat a náročnost jejich získání či zpracování (typicky **ne**postačuje popis volně dostupných dat)
* u práce se hodnotí zejména zařazení do dobového kontextu a širších souvislostí, kombinace zdrojů, kritická práce se zdroji

## Typické chyby vedoucí k nižšímu hodnocení práce (co typická chyba, to horší stupeň)

* Cíl práce či výzkumná otázka směřuje jen k popisu tématu (typicky cíle “zabývat se tématem”). Přidaná hodnota práce je nulitní, jelikož se jedná o subjektivní kompilát převážně dostupných či triviálních informací. Diskuze či závěr práce jsou poté nepodložené názory a spekulace autora/autorky.
	+ Cílem práce nikdy nemůže být postup (“cílem práce je popis… / komparace… / analýza…”), daný postup bude *využíván* pro dosažení cíle.
* Rešerše neobsahuje shrnutí poznatků či metodik, které jsou poté aplikovány či využívány. Typicky rešerše nesprávně obsahuje široké a učebnicové přehledy “tématu”, chybí však konkrétní představení poznatků využitých či rozvinutých v empirické či praktické části.
	+ Typicky je empirická část chybně nezávislá na rešerši, která se věnuje spíše encyklopedickému přehledu tématu. Řešerše musí představit to, co pak bude v empirické části zkoumáno či využíváno (tzv. operacionalizace).
	+ Rešerše by neměla vycházet z učebnic a populárních shrnutí, jelikož ty často jen zjednodušeně představují problematiku. Měla by obsahovat specificky zaměřené práce s podobným cílem.
* Metodika je nedostatečná či nesprávná; kupř. je argumentováno “rizikem”, ale není stanoveno, jak je pojímáno (fluktuace ceny, možné scénáře vývoje, intenzita dopadu, nejistota…?); je provedena “analýza kampaně”, ale jde o subjektivní, nestrukturované, nereplikovatelné hodnocení autora/autorky; je provedena “obsahová analýza”, ale výsledkem je nereprezentativní a arbitrární kompilát informací atp.
* Metodika je nevhodná vzhledem k cíli; kupř. cílem je navrhnout “lepší” způsob kampaně/produktu/podnikání, ale chybí kritérium vyhodnocení (co znamená “lepší”?) či komparace variant možných řešení; cílem je zjistit, proč určitý jev (ne)nastává, ale není použita experimentální metodika schopna zjistit kauzální působení (případně ani odpovídající metoda inferenční statistiky u kvaziexperimentálního designu); cílem je zjistit, jak se ve společnosti mění percepce nějakého fenoménu a metodikou je jednorázová a neprezentativní ohnisková skupina atp.
* Získané výsledky (data) nevedou k cíli či k zodpovězení výzkumné otázky. Výsledky (data) jsou typicky ryze popisné a triviální (většina výsledků je pouze popis vzorku). Diskuze či závěr na tyto výsledky nenavazují a nezávisle formulují doporučení či závěry (tj. empirická/praktická část práce je fakticky zbytečná).