

Formality

Studenti si v prvním ročníku (typicky v LS) zapisují Diplomový seminář. V rámci něj zcizelují téma, poté cíl a metodiku práce. Je nezbytné se v této fázi závazně domluvit na vedení práce s vedoucím. Bez nich nelze předmět ukončit (vedoucí udělují zápočet). Důležité upozornění: Diplomový seminář je povinný předmět, tzn. že **pakliže jej dvakrát nesplníte (nezapočteno), hrozí vyloučení ze studia.**

Po absolvování Diplomového semináře studenti předkládají závazné teze DP v termínech v září či březnu (specifické termíny jsou uvedeny v aktuální [Vyhlášce ředitele](#)). Důležitá implikace: **bez zápočtu ze semináře NELZE předložit teze ke schválení!**

Po schválení tezí studenti pracují na své DP a [finální ji pak odevzdávají](#) v příslušných termínech státních zkoušek. Důležitá implikace: **bez schválených tezí NELZE předložit DP k obhajobě!**

Zásady vypracování diplomové práce níže obsahují [požadavky na bakalářské práce](#). Vizte zejména sekce Obecné zásady a Typické chyby vedoucí k nižšímu hodnocení práce.

U diplomových prací oboru jsou navíc následující specifika.

Zaměření tématu

Diplomové práce z oboru **Strategická komunikace** by se zejména měly věnovat návrhu a vyhodnocení komunikace organizace (subjektu) k naplnění jejího poslání (strategického cíle). Strategická komunikace organizací zahrnuje systematické plánování a realizaci sdílení informací za účelem dosažení konkrétních cílů s interními nebo externími cíli (vztahy s veřejností, firemní komunikace, politická komunikace, krizové komunikace atd.). Cílem strategické komunikace je vytvořit společné porozumění, podpořit příznivý postoj a ovlivnit chování nebo názory prostřednictvím transparentních, ověřitelných (na důkazech založených) a důvěryhodných sdělení. Vizte Falkheimer, J., & Heide, M. (2018). *Strategic communication: An introduction*. Routledge.

Obecně lze psát i práce více psychologicky či sociologicky informované, které se zaměřují na způsoby, jak se lidé dozvídají informace, jak je vnímají, vyhodnocují je a jak se promítají do jejich rozhodování či názorů, popř. jak informace sdělují, jak reagují na druhé (osoby nebo informace) a jaké důsledky z toho vyplývají na ně a na společnost. I u těchto prací by měla být patrná určitá relevance k oboru strategické komunikace.

Práce, které zjevně nesplňují dané zaměření, nemohou být v rámci oboru zpracovávány.

Úvod (výstup Diplomového semináře) by měl mít strukturu

1. Jaký konkrétní problém práce řeší (jakou výzkumnou otázku zodpovídá). Ideálním začátkem je *“Cílem této práce je odpovědět na otázku...”*
2. Proč je to důležité (pro poznání, výzkum, společnost, firmu atp.), tj. jaká je motivace pro vznik práce.
3. Co již bylo v dané oblasti prozkoumáno (s příslušnými referencemi na hlavní díla odborné literatury).
4. Mělo by být zjevné, jakou konkrétní **mezeru v poznání** diplomová práce zaplní (tj. co je v práci nové) a **jakým způsobem** (tj. pomocí jakých konkrétních metodik a dat).

Objevují se 3 druhy prací se svými specifiky

Obecně platí, že u bakalářských prací postačuje správné (ověřené) řešení typizovaného problému či zodpovězení přímočaré výzkumné otázky. Diplomové práce by měly být komplexnější, zasazené do širší rešerše poznatků, aplikující pokročilejší analýzy a více zaměřené na *originální* přínos. Diplomová práce by se měla zaměřovat na řešení problémů, které jsou pro společnost významné, mohou posunout poznání nebo analyzují téma, které má společenské dopady.

U níže uvedených specifik typů prací platí, že **musí být splněny požadavky na bakalářské práce** a navíc další, uvedená kritéria.

1) Práce zaměřené na řešení praktického problému

- Teoretická část musí zahrnovat hlubší analýzu literatury, přehled metodologií a jejich kritickou reflexi (kupř. nestačí zmínění SWOT, PESTLE ad., ale je nutné identifikovat jejich limity a provést rešerši komplexnějších metodik a jejich ne/výhod; poté aplikovat nejvhodnější přístupy či jejich kombinace).
- Je nezbytná aplikace pokročilých analytických nástrojů, postupů a metod, kupř. multivariantní analýzy, simulací či prediktivního modelování. Ideální jsou terénní experimenty (A/B testování). Nestačí prostá deskripce stavu a hypotetické, vágní analýzy “co by se mohlo zkusit”.
 - Typicky **nedostačuje** nereprezentativní, nereliabilní dotazníkové šetření cílící na prostou deskripci postojů zainteresovaných stran; následované doporučeními/spekulacemi na zlepšení.
- Hodnocena bude propracovanost návrhů (varianty řešení, scénáře vývoje, kalkulace přínosů a nákladů ad.), strategický přínos, inovativnost a dlouhodobou udržitelnost navrhovaných řešení.

2) Výzkumné práce (vzorem jsou publikované akademické články)

- Panují vyšší očekávání v oblasti originality, metodologie a významu výzkumu. Je vhodné využít několik navazujících studií či mix metod (studie popisující fenomén, studie testující vliv vybraných faktorů, studie validizující případná doporučení).
- Empirická část by měla u kvantitativních prací zahrnovat experimentální metodiku a/nebo pokročilé statistické metody; u kvalitativního výzkumu je nezbytná triangulace dat a formulace inovativního modelu či frameworku zkoumaného fenoménu (nepostačuje deskriptivní výzkum).
 - Typicky **nedostačuje** obsahová či tématická analýza cílící na prostou deskripci volně dostupných dat a jejich ryze subjektivní hodnocení.
- Panuje větší důraz na interdisciplinární přístup či aplikaci výzkumu v praxi.

3) Teoretické a archivní práce

- Je očekávána metodologie systematické rešerše, meta-analýzy nebo teoretické modelace.
- Historické či archivní práce by měly zahrnovat hlubší a multizdrojovou analýzu dobového kontextu (nepostačuje jednozdrojová analýza), kritickou reflexi zdrojů a komplexní interpretaci dat.
 - Typicky **nedostačuje** přehled arbitrárně vybraných archivních zdrojů a jejich deskriptivní popis.
- Panuje větší důraz na náročnost získání a diverzitu zpracované materie zdrojů.

Všechny diplomové práce by měly být charakterizovány vyšší úrovní akademického psaní, **komplexností, hloubkou analýzy a originalitou**. Důraz je kladen na schopnost studentky/studenta nejen reprodukovat existující poznatky, ale také inovativně či kreativně **příspěť k rozšíření a rozvoji oboru strategické komunikace**.