

KARLOVA UNIVERZITA V PRAZE
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček! Po jejich vyplnění hotový posudek prosím vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce Posudek oponenta

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Stříbrská Iva

Název práce: Inovativní přístupy a specifika zaváděcí marketingové komunikace nových filmových distribučních společností v České republice

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: David Jan Novotný

Pracoviště: FSV UK, IKSŽ, katedra žurnalistiky

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	3
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	1
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Záměr práce je chvályhodný, je ovšem s podivem, že si autorka neuvědomila bezprostřední blízkost své fakulty s fakultou filmovou a televizní. Tvrdí-li, že teorie filmového marketingu není uceleně zpracována, má sice pravdu, ale téma je zpracováváno postupně v bakalářských a magisterských pracích studentů produkce a proto je škoda, že diplomantka nezavítala do knihovny FAMU anebo se nepodívala do jejího elektronického katalogu a nevyhledala v něm práce, které se zabývají obdobným problémem, viz. kupříkladu: Průzkum audiovizuálního trhu v České republice 1992, Filmová distribuce v nových tržních podmínkách se zaměřením na kina v Severomoravském kraji 1992, DISTRI-CINEMA: filmový průmysl a filmová distribuce 1994, Problematika distribuce celovečerních filmů v České republice 1995, Distribuce audiovizuálních děl v České republice – Multiplex 1996, Struktura a strategie multiplexu 1999, On-line marketingový výzkum 2000 a další.

Pokud jde o mapování historie, chybí zmínka o box-office filmech, jako Beh Hur, Kleopatra nebo některé velmi výpravné a nadměrně nákladné muzikály, které byly ve své době rovněž blockbustery. Tady, zdá se, jako by pro autorku začínala filmová historie s nástupem F.F.Copoly, S. Spelberga a jejich soupeřů.

K zániku mnohých kin v České republice by se slušelo zmínit o zánik letních kin.

V předkládané práci chybí jakákoliv zmínka o producentské dramaturgii, která jako taková je jistou marketingovou strategií. Začíná-li na straně 22. výčet specifických přístupů k filmovému marketingu vývojovou

fází, zaměřenou na získání zdrojů, je třeba upozornit, že prvním krokem je producentsko-dramaturgický záměr, vycházející buď z poptávky po určitém produktu, z včasného zakoupení autorských práv k bestselleru atd. Bez toho lze dost těžko co začít.

Autorka cituje na straně 33. Jamese Monaca How to read Film, ovšem neuvědomila si patrně, že v době, kdy Monaco svou knihu psal, nevýhodou televizních reklam na film opravdu byly vysoké náklady, neboť digitální stříh byl v plenkách. Jenomže technologie je rok od roku dokonalejší a dnes Monacova teze neplatí. Z jednoho traileru, který jde do kin udělá šikovný stříhač u počítače s minimem nákladů za dva dny pět různých reklam pro televizi.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	1
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	1
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte stupněm 7)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Pokud jde o citace a poznámky pod čarou: Někde uvozovky najdeme, jiné nejsou, není tedy zcela jasné, zda jde o citaci, anebo o parafrázi z textu, na který autorka odkazuje. Jazyková stránka práce je na slušné úrovni, jen by stálo za to redukovat opakující se úvody a závěry kapitol. Obrazové a grafické přílohy tvoří nedílnou součást práce, dokládající autorčina tvrzení a ilustrující popisované metody. Bez toho by kupříkladu ze samotného textu nebylo tak zřetelné, jak vypadala kampaň k filmu Restart.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Práci celkově hodnotím jako velmi dobrou. Její klad je ve zmapování vývoje filmově-marketingových strategií v ČR a v ozřejmení nových trendů, za jistou chybu pokládám pomínutí dramaturgicko-producentského zázemí produktů, s nimiž distribuční společnosti obchodují. Původnost práce spočívá v tom, že se autorka jako první, pokud je mi známo, v diplomové práci věnuje distribuční společnosti Blue Sky Films.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Jaký produkt se jako první objevil a posléze pravidelně objevoval v nějakém filmovém díle, které vstoupilo do filmové historie?
5.2	Krátce analyzujte genezi a vývoj marketingového úspěchu Harryho Pottera

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně – velmi dobře – dobře – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum:

Podpis:

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!