

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

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!**

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce  Posudek oponenta/ky

**Autor/ka práce**

Příjmení a jméno: Pouzarová Jana

**Název práce:** Marketingová komunikace kulturních organizací na Českobudějovicku

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Halada Jan

Pracoviště: IKSŽ

**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)

Bakalářská práce se neodchyluje od zadaných tezí, a to ani ve struktuře či technice, odpovídá schváleným tezím.

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

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

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

Tématem práce je marketingová komunikace kulturních institucí v českobudějovickém regionu. Diplomantka si téma vybrala z důvodů jeho dobré znalosti, pochází z těchto míst, ale rovněž i proto, že ve vybraných kulturních institucích odehrály důležité změny. Literatura k tématu byla dobře volena, jak prameny, tak i literatura a elektronické zdroje jsou bohatě zastoupeny, diplomantka s nimi dobře pracuje, využívá je pro své analýzy i představení činnosti sledovaného období. Proto také je její představení jednotlivých kulturních subjektů logické a ve svém vyznění přesvědčivé. Stejně tak je zvládnuta technika bakalářské práce.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – 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 přejeté bez udání zdroje, hodnotíte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejeté 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.)	1

3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	1
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

**KOMENTÁŘ** (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
 Bakalářská práce je dobře rozvržena, od teorie marketingu k analýzám jednotlivých subjektů, diplomantka postupuje krok za krokem ve všech aspektech svého zkoumání, každá kulturní organizace je představena a analyzována v kontextu jejich činností v českobudějovickém regionu. Vše důkladně citováno, jazykově a stylisticky dobře prezentováno, přílohami je text bohatě a vhodně doplněn. Nemám žádné závažné připomínky k celkovému vyznění textu po těchto stránkách.

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

Celá práce je velmi kvalitním příspěvkem ke kulturnímu marketingu vybraných organizací jihočeského regionu. Analýza komunikačních aktivit je důkladná, pečlivě sleduje zkoumané stránky divadla, muzea i filharmonie, srovnává a porovnává, odhaluje přednosti a zápory těchto subjektů, navrhuje změny, doporučuje využít marketingově dalšího potenciálu. A je v této souvislosti i na místě využít některých doporučení diplomantky ve srovnání například pražských a mimopražských obdobných kulturních subjektů, stejně tak i jejich postřehů a komparací. Domnívám se, že si práce zaslouží pochvalu děkana.

**5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:**

5.1	Udrží si tyto vybrané kulturní subjekty poměrně vysoce nastavenou laťku v boji o diváka, posluchače či návštěvníka i do budoucnosti?
5.2	

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

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 28.5.2016

Podpis: 

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