

**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: Dohnalová Kamila

**Název práce:** Metropolitan opera : Live in HD v kině Aero ( první dvě sezóny)

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: Dr. Dolanská Nora, MBA

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

Autorka si vybrala pro zkoumání marketingové komunikace projekt, který je v ČR velmi úspěšný a jenž se zpočátku zdál být riskantním a nevyunosným podnikem, určený jen hrstce zájemců. Autorka zvolila techniku kvalitativní analýzy aktivit projektu Live in HD v jeho prvních dvou ročnících (projekt vznikl v ČR v roce 2006) a snažila se odkázat, že k úspěšnosti projektu přispěla také dobrá marketingová práce s veřejností.

**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	2
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	3
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	3

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

Líbí se mi, že studentka využívá prameny i z jiných humanitních oblastí ( např. ze sociologie) a uvádí také řadu zahraničních pramenů. Vychází přitom ze základní premisy, že produkty v kultuře mají povahu služeb. Skládá je do souvislostí a bedlivě sleduje, jak tento projekt cílil na konkrétní publikum a jaké k tomu využíval prostředky marketingové komunikace. Za základ jmenuje positioning produktu, avšak já se domnívám, že pro úspěšnost projektu je důležité i správné oslovení zacíleného publika, vytvoření předpokladu pro zpětnou vazbu a zajištění kvality, která pak zabráni konkurenci ( např. klasickým operním představením - jak se toho obává diplomantka). Při hodnocení dalších přenosů, např. koncertů popových zpěváků uvažuje o specifickém oslovení cílové skupiny - každý konkrétní interpret má totiž "své" publikum a nelze obecně zacílit jen na věkově zařazené obecnstvo.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY 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

3.1	Struktura práce	3
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotíte 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, hodnotíte stupněm 7)	3
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	2

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

Práce je systematická, výkladová, sumarizační. Hodnotím velmi pozitivně důkladnost při zkoumání, oceňuji např. rozbor blogu Věry Drápelové, která se významnou měrou podepsala na zpětné vazbě mezi návštěvníky přenosů a svými odbornými posudky jednotlivých přenosů. Poněkud polemizují s hodnocením managementu společnosti - riskování je podle mě obchodní činnost a nikoliv marketing.

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

Práce je solidním výsledkem zkoumání dané problematiky. Možná by jí prospěl poněkud větší záběr v oblasti výzkumu a k tomu by jistě pomohla analýza SWOT.

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

5.1	Jaký musí dnes společnost připravit marketingový plán, když se projekt rozšířil a zmnohnásobil? Co musí udělat jako první ?
5.2	Charakterizujte marketingovou úspěšnost tohoto projektu na nějakém konkrétním případě.

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

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

**ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ**

Hodnotím mezi výborně a velmi dobře podle úrovně ústní obhajoby diplomové práce.

Datum: .....

Podpis: .....

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