

Posudek na bakalářskou práci Matěje Svobody „Marketing a reklama v zábavním průmyslu“

Bakalářská práce Matěje Svobody „Marketing a reklama v zábavním průmyslu“ se zabývá ekonomikou filmového průmyslu. První teoretická část diskutuje marketing. Druhá analytická část rozebírá kritéria úspěšnosti filmů, korelaci mezi kritérii úspěšnosti filmů, faktory ovlivňující úspěch filmů a propagaci ve filmovém průmyslu.

Problémem filmového průmyslu je podle autora to, že valná většina filmů, které jsou každoročně vytvořeny, nepokryje z výnosů ani vlastní náklady. Důvodem, proč filmový průmysl přežívá, je to, že existuje malé procento filmů, které vydělají velmi velké částky. Z deseti větších filmů jsou průměrně šest až sedm prodělečné a pouze jeden pokryje své náklady.

Autor dochází k závěru, že tvůrci filmu si musí ujasnit, zda chtějí dělat film jako byznys nebo jako umění, protože filmy, které mívají větší tržby, jsou z uměleckého hlediska obvykle hodnoceny slaběji a naopak. Pozitivní efekt filmových hvězd na tržby je podle Svobody často slabší, než bývají jejich honoráře. S vyššími náklady na reklamu často přicházejí vyšší očekávání, než je tato reklama schopna naplnit.

Práce se zabývá aktuálním tématem a je dobře napsaná. Za hlavní přínos práce vidím rozbor velkého množství zahraniční literatury, která je diskutována v analytické části. Za slabinu práce vidím český pravopis (často chybí čárky v souvětí) a relativně méně citací v první teoretické části.

Doporučuji klasifikovat známkou **velmi dobře**.

Doc. PhDr. Ing. Marek Loužek, Ph.D.

V Praze, 21. ledna 2013