

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: Petráková Kristýna

Název práce: Marketing muzeí a kulturního dědictví na příkladu Uměleckoprůmyslového muzea v Praze

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Dolanský Pavel PhDr.

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 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)

Odchýlení od tezí, zdůvodněné autorkou v úvodu práce, je legitimní, navíc prospělo výsledné podobě.

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

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

Standardní teoretický fundament zahraniční (Colbert, French-Runyard, Hill-O'Sulivann, McLean, Kotler et al.) i české literatury (Johnová-Černá, Kesner, Smolíková, Vojík) o problematice art a arts marketingu.

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	2
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, hodnotte stupněm 5. 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 5)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	2

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Obsáhlá, text velmi dobře dokumentující obrazová příloha. Drobné jazykové nedostatky (interpunkce), někde nejasná citační norma.

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

Jak již bylo řečeno výše, redukce textu o dvě kapitoly (teorie marketingu muzeí a kulturního dědictví obecně a srovnání teorie marketingu umění s činností muzea) konzistentnosti textu jen prospěla, aniž diplomantka rezignovala na komparaci praxe Uměleckoprůmyslového muzea s teorií, implantovanou do dalších kapitol. Teoretické postuláty bývají v řadě diplomových prací jen opakovaně a bez jakékoliv kritické reflexe pouze opsané z odborné literatury. Diplomantka postupuje logicky po základních determinantách (charakteristika instituce, marketingová komunikace, návrhy na zlepšení komunikace). Přestože základním problémem podobných institucí je nedostatek financí, návrhy na zlepšení (pronájmy, sponzoring, mediální partneři, webové stránky) představují finančně nenáročná, proto inspirativní řešení. Už téměř "evergreenem" posudků je moje výhrada k opakovanému a téměř bezmyšlenkovitému používání tzv. mixu 4P. Přestože diplomantka sama píše, že zákaznický orientovaný tzv. mix 4C je aktuálnější, rozhodla se pro šedesát let starý instrument 4P, jehož proměnné vycházejí z orientace na výrobce. Práci hodnotím velmi dobře až výborně, v závislosti na obhajobě.

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

5.1	Proč se domníváte, že proměnné tzv. mixu 4P (product, price, place, promotion) jsou pro posouzení problematiky adekvátnější než proměnné tzv. mixu 4C (customer solution, customer cost, convenience, communications)?
5.2	Problémem všech příspěvkových organizací jsou finance. Existují nějaká řešení, která by mohla situaci zlepšit?

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!