

**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: Seimlová Anna

**Název práce:** Marketingová strategie aukční síně Vltavín v letech 2013-2014

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: PhDr. Dolanský Pavel

Pracoviště:

**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 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	3
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)

Standard tří českých autorů (Johnová, Kesner, Smolíková), záběr cizojazyčných pramenů mohl být širší než Runyard/French a Hill et al. (např. Kotler et al., Rentschler/Hede, Sandell/Jones), dva zajímavé tituly o specifické problematice uměleckých aukcí (Heath, Maurer/Barosso). Zbytečné publikace učebnicového a příručkového charakteru (Kotler/Keller, De Pelsmacker et al., L'Etang, Svoboda) či příliš popularizující a do mnoha směrů rozkročený Michal Třeštík (Umění jak sbírat umění).

**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	3

	kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	2

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
 Tabulky, grafy a vizuály vhodně ilustrují a doplňují textovou část práce. Stylistické a jazykové prohřešky, některé zásadního charakteru ("...se začaly formovat nejsilnější hráči...").

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

Je nesporně pozitivním trendem, že se v diplomových pracích problematika arts marketingu, varianty art marketingu zaměřené na výtvarné umění, přesouvá od tradičních institucí (Museum Prado v Madridu vs. Národní galerie v Praze, Dům umění města Brna, Victoria and Albert Museum v Londýně atd.) k méně konzervativním (Centrum výtvarného umění DOX), v předložené práci k téměř nedotčeným oblastem trhu umění a obchodování s uměleckými předměty. Diplomantka zvolila Aukční síň Vltavín, specifickou jednak internetovým prodejem, také vazbou na své dva antikvariáty, a na českém trhu ojedinělou spoluprací s Galeríí Kodl při sálových aukcích. Postupuje adekvátně od obecného ke zvláštnímu: v teoretické části vymezení pojmů, historický vývoj aukčních síní, marketingová specifika, identifikace hlavních aktérů (aukční síň vs. kupující). V případové studii: Galerie Vltavín, Aukční síň Vltavín, tvorba cen, marketingové a komunikační mechanismy, jejich analýza, návrhy na zlepšení. Dobrá osobní znalost popisovaného prostředí aukčních síní a jejich elektrizující atmosféra místy rezonuje v mírně subjektivní a emocionální dikci, aniž je tím nějak zásadně dotčena fakticita a věrohodnost shromážděných dat.

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

5.1	Aukční síň Vltavín obchoduje převážně na internetu, který má mnohonásobně širší dosah, než klasické sálové aukce. Přesto píšete, že jí to nezaručuje lepší ekonomické výsledky a společenský věhlas. Proč?
5.2	Očekává se, že aukční síň letos překročí obrat jedné miliardy korun. Je to projevem rostoucího zájmu sběratelů o umělecká díla, nebo pouze realistických úvah, jak investovat peníze?

**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!**