

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Marketing kulturních periodik a návrh marketingové strategie magazínu Lógr

Autor diplomové práce:

Bc. Eliška Cibulková

Cíl diplomové práce:

Posouzení činnosti, finančního zajištění a marketingových aktivit významných kulturních periodik v ČR a po srovnání s aktivitami magazínu Lógr návrh jeho nové strategie.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	9
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	8
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	7
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	8
9. Vlastní přínos k řešené problematice	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	7
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	84
Výsledná známka	velmi dobře (2)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Chápu, že diplomant ve své práci musí osvědčit, že je dostatečně vybaven nabytými teoretickými znalostmi, se kterými hodlá opustit nadlouho školní škamny, také proto vždy pročítám znovu a znovu vstupní pasáže takových studií (zde je toho více než třetina celkového rozsahu), nicméně přiznávám, že mne daleko více baví, po "prokousání se" těmito náležitými zkušebními piruetami, jak si pisatel poradí s vlastní náplní, se skutečným pojednáním zvoleného tématu či ještě spíše problému, co k němu přidá z vlastní zásobárny nápadů a co doporučí jako eventuální řešení. E. Cibulková zvolila téma navýsost potřebné, jak si v dnešním dravém mediálním světě vedou kulturní periodika. Ta tři, braná jako vzorek kvality a vyhraněného zaměření, jsou charakterizována dobře, možná jen, že by stejné parametry, uváděné jednotlivě u každého z nich, by si aspoň na konci zasloužily souhrn, porovnání, vzájemné hodnocení. Výběr čtvrtého - a zdá se hlavního - je pro mne záhadný. Magazín Lógr nese všechny stopy nezralého projektu, se všemi negativy podobných pokusů. Myslím, že ani situační analýza a závěrečná autorčina doporučení týmu Lógru moc nepomohou. Ve studii E. Cibulkové jsem našel mnoho chyb, např. nadbytečnou či naopak chybějící interpunkci, špatné vazby slov ve větách, neúplné uvádění odkazů (totéž je vzadu u Zdrojů), nepéče v soupisu literatury (psaní kurzivy aj.), což vše mohu doložit namátkově v rozpravě. Je to škoda, práci tím autorka zbytečně devaluje. Jedna otázka závěrem: Jak by mohly redakce etablovaných značek využívat při získávání jiných finančních zdrojů služeb dobrovolníků?

Jméno oponenta diplomové práce:

prof. Václav Riedlbauch

Pracoviště oponenta diplomové práce:

Katedra Arts managementu, Fakulta podnikohospodářská VŠE v Praze

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.