

Posudek oponenta bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Marketingová analýza vybraných divadel pro děti

Autor bakalářské práce:

Eliška Burdová

Cíl bakalářské práce:

Cílem práce je popsat marketingová specifika divadel určených pro segment dětského diváka.

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	7
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	8
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	7
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	7
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	8
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	8
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	8
9. Vlastní přínos k řešené problematice	6
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	7
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	75
Výsledná známka	velmi dobře (2)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autorka si zvolila zajímavé téma, které není v odborné literatuře příliš zpracováno. V teoretické části popisuje na základě dostupné literatury principy a specifika marketingu umění, marketing managementu, marketingového mixu a divadla pro děti. V praktické části se rozhodla analyzovat marketingové postupy čtyř profesionálních divadel zaměřených na dětské publikum. Autorka čerpala kromě sekundárních zdrojů také z expertních rozhovorů se zaměstnanci divadel, které jsou k dispozici v příloze. Tyto rozhovory považuji za cenný zdroj informací. Jednotlivá divadla jsou pečlivě a zevrubně popsána podle jasné strukturovaných kritérií, bohužel finální analýza je poněkud schematická, postrádá širší souvislosti a historický kontext. Vyvozené závěry jsou sice pravdivé, ale příliš obecné. Z hlediska využitelnosti získaných poznatků v praxi vnímám jako slabinu, že autorka se příliš nezabývá specifiky a kvalitou hlavního nabízeného produktu, tedy divadelního představení, které je i dle názorů zaznívajících v expertních rozhovorech ústředním bodem, od kterého se odvíjí všechny činnosti divadla. Cíl bakalářské práce, tj. popis marketingových specifik divadel pro děti, byl ovšem naplněn, po formální stránce je práce zpracována kvalitně a může posloužit jako východisko pro další výzkum. Otázka: Návštěvnost divadel pro děti je dlouhodobě vysoká. Má pro tyto divadla smysl usilovat o získání nových diváků?

Jméno oponenta bakalářské práce:

MgA. Petra Zichová

Pracoviště oponenta bakalářské práce:

Katedra marketingu, FPH VŠE v Praze

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