

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Barbora Srbová
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketing divadla směrem k vybranému segmentu zákazníků

Hodnotitel – oponent: Ing. Michal Mičík, Ph.D.
Podnik/organizace oponenta: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

V předložené práci se studentka zabývá marketingem DJKT. Cíl práce je uveden v jejím úvodu. V rešerši se studentka věnuje postupně arts marketingu a marketingovému mixu, následuje divadelní trh. Autorka občas sklouzává k výpiskům (např. 3.1, 4-4.2 atd.). Část věnující se rozdělení obyvatel dle generací je zpracována zcela chybně. Mileniálové (ne Mileniáni) nejsou to samé co generace Z. Taktéž věkové rozpětí, které autorka uvádí, je značně zastaralé a velmi jednostranné. V kapitole 5 je popsána metodika k praktické části. Tato část měla logicky přijít až po kapitole 6 (a logicky předcházet kapitole 7). Hypotézy, které studentka formuluje, nejsou hypotézami. Jedná se o tvrzení. Metoda sněhové koule se používá pro kvalitativní, ne kvantitativní výzkumy a je spojena s interview. Ke kapitole obsahující mkt mix divadla nemám výraznějších připomínek.

Řada otázek vyvstává na začátku kapitoly 7. Ještě v kapitole 5 bylo cílem dotazníkového šetření "... analyzovat marketing zvoleného divadla a navrhnout tak zlepšující opatření", nyní je to však "zjistit, jaké marketingové metody mají největší vliv na návštěvnost divadla u věkové kategorie 18 až 30 let". Co je tedy cílem? Výsledky dotazníku nejsou interpretovány správně. Čtenář se v textu ztrácí a nepomáhá ani to, že studentka umístí např. 3 obrázky za sebou (str. 41/42). Odkazování na obrázky v textu má své opodstatnění - umožňuje čtenáři se v textu lépe orientovat. Studentka na obrázky však neodkazuje. Obecně je tato

kapitola velmi chaotická. Některé položky dotazníku nedávají smysl a nemají návaznost na předchozí otázky. Z toho, jak je dotazník prezentován v příloze vyplývá, že respondent mohl např. odpovědět "ne" na ot. 2 a pokračovat na otázku 3. Místo toho, aby studentka použila větvení dotazníku, tak používala "pokud ano, pokud ne, pokud jste zaznamenal/a...". To je opět špatně (pro online dotazníky, pro papírové dotazníky je toto v pořádku). Nerozumím tomu, proč na ot. 6 (spokojenost s nabídkou) mohli odpovídat i respondenti, kteří do divadla nechodí pravidelně. U ot. 3 jsou v příloze pouze 4 možnosti, ve vyhodnocení na str. 43 jsou možnosti jiné. Také nerozumím tomu, jak mohou interiér (exteriér bych ještě pochopil) hodnotit respondenti, kteří v divadle dle odpovědí nikdy nebyli (a také nerozumím tomu, když už jej hodnotili, proč studentka tyto odpovědi nevyřadila). Vyhodnocení tvrzení v kapitole 9 nerozumím. Návrhy na změny jsou velmi povrchní - co si má čtenář představit pod:

- zařadit na repertoár tituly od klasických a známých autorů, kteří osloví mladého diváka,
- do několika inscenací opery obsadit známé operní pěvce či pěvkyně jako lákadlo na dané představení pro zvýšení návštěvnosti daného žánru,
- organizovat více představení pro školy a vychovat si nové mladé publikum.

Jako čtenář, který se chce prací inspirovat, zde bohužel nejsou žádné konkrétní kroky.

Co znamená "zlepšit funkčnost webových stránek a sociálních sítí"? K tomu, aby byla zjištěna neexistence profilu na některé sociální síti nemusí být prováděna interní analýza, stačí externí analýza. Za zcela nesmyslné pokládám nápad platit čtyřem lidem za správu soc. médií čtyř souborů. K tomu by stačilo zaměstnat jednoho community managera.

Rušivě působí autorčino psaní v 1. os. mn. č. Citování dle APA není vždy dodrženo (např. str. 20). Chybně je v práci uváděn popis obrázků - autorka uvádí "graf", což je dle metodiky BP/DP špatně.

Práce působí nekompaktním dojmem a při jejím čtení vyvstává mnoho otázek. Hodnotím ji jako nevyhovující, avšak nechávám na zkušební komisi, zda se při zodpovězení otázek nepřikloní ke známce dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Na základě různých zdrojů věkově zařaďte jednotlivé generace.

Proč je v práci rozdělení dle generací uvedeno?

Kdo jsou vašimi respondenty z pohledu generací?

Jaký výběr v rámci zaměrného jste pro sběr dat použila?

Co bylo cílem dotazníkového šetření?

Co znamená, že dotazníkové šetření ...probíhalo částečně online?

Proč jste používala google forms, když jste nevyužila jeho základní funkce?

Okomentujte výtky týkající se dotazníkového šetření.

Vysvětlete vyhodnocování Vašich tvrzení.

Co znamená zlepšit funkčnost sociálních sítí a webových stránek? Jakou k tomu máte metriku? Jaká je vlastně funkčnost nyní?