

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta filozofická
Katedra filologických studií

PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(Posudek vedoucího)

Práci předložila studentka: Michaela Mrázková
Název práce: Einsatz der sozialen Medien im Marketing des Vereins Pop Balet, z.s.

Hodnotil: Ing. Zdeněk Vávra, Ph.D.

1. CÍL PRÁCE:

Autorka formuluje dva hlavní cíle a jeden doplňkový cíl: „*Das erste Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, die Strategien der Nutzung von Social Media im Marketing des Vereins Pop Balet, z.s., mit Schwerpunkt auf das Projekt Tanz ohne Grenzen, zu beschreiben und auszuwerten. Das zweite Ziel besteht darin zu ermitteln, welche sprachlichen Mittel der Verein Pop Balet z.s. in den Social Media und auf die [sic] Website einsetzt und wie man die Kommunikation mit dem internationalen Publikum im Tanzbereich optimieren könnte. Gleichzeitig soll die Bachelorarbeit die Wichtigkeit der Übersetzung der Website ins Deutsche im Hinblick auf die Zielgruppe und in den deutschsprachigen Ländern betonen*“ (s. 7). Ačkoliv byly cíle bakalářské práce stanoveny poměrně ambiciózně, podařilo se je splnit.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ:

Teoretická část vychází z vhodně zvolených tištěných i internetových zdrojů české, německé i anglické provenience. Vzhledem k internacionálnímu charakteru tanečního oboru je tato kombinace účelná a umožňuje nahlédnout za „zdi“ jediného státu. Čtenář je nejprve seznámen s rolí komunikace a sociální interakce, s vývojem sociálních médií (Web 2.0) a přednostmi a úskalími marketingu v sociálních médiích (kap. 2), aby následně (kap. 3-4) byly obecnější informace specifikovány v popisu tvorby marketingové strategie pro sociální média (stanovení cíle, cílové skupiny, výběr platformy a nástrojů, analýza konkurence, tvorba obsahu a blogu, fungování tzv. mikrobloggerů, webových stránek nebo monitoring a analýza sociálních médií). Tyto kapitoly jsou organicky provázány do koherentního celku, pouze kap. 4.6 (*Forum*) působí poněkud kuse a neuzavřeně. Na první cíl práce se úzce váže kap. 5 o využití sociálních médií v tanečním odvětví. Autorka podává plastický obrázek nejen o výhodách zapojení těchto platform, ale poukazuje i na rizika, např. vlivem zveřejněných fotografií, které byly upravené aplikací Photoshop: „*Dies führt zu einem ungesunden Bedürfnis, sich mit anderen zu vergleichen, da es die realen Körper und das Leben von Tänzern und Sportlern nicht realistisch wiedergibt*“. Podobnou hrozbu představují i upravená videa: „*Außerdem werden die in Social Media geposteten Videos oft bearbeitet. Die Tänzer zeigen meist erst nach vielen Versuchen ihre besten Leistungen*“ (s. 33). Tyto kap. 5.2.1 a 5.2.2 jsou obsahově zdařilé, pouze vypadly z obsahu na s. 5. Přestože spadají ještě do teoretické části, obsahují již konkrétní zkušenosti z taneční oblasti a jsou tak vhodným přemostěním k praktické části (kap. 6-12). K využívaným metodám v praktické části patří provedení expertního interview, jeho vyhodnocení formou kvalitativního výzkumu, ukázka překladu dvou textů a formulace zásad pro efektivní komunikaci se zahraničními zákazníky v tanečním odvětví. Kap. 12 je tak určitým vyvrcholením celé práce, kdy autorka formuluje pět doporučení, jak komunikaci se zákazníky zlepšit. Postupuje přitom interdisciplinárně, kdy propojuje znalost cizích jazyků (německý a anglický jazyk) s poznatky marketingu a osobními zkušenostmi z oboru tance. Na s. 60 jsou obrysově zmíněny možnosti (pět bodů), jak dané téma prohloubit v rámci diplomové práce. Vzhledem k tomu, že se jedná o téma relativně nově, lze záměr jednoznačně podpořit.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA:

Práce je psaná v německém jazyce. Tam, kde je to účelné (např. definice pojmů), jsou využity přímé citáty, které jsou doplňovány parafrázemi. Citace a odkazy na literaturu jsou správné. Strukturování kapitol a diferenciací textu jsou v pořádku; pouze nebylo nutné vyčleňovat kap. 9.1, neboť kap. 9.2 v práci není. Autorka dala práci vynikající grafickou úpravu. Text je čtivý, vyznačuje se přiměřenou stručností bez zatěžování detaily. Přílohová část (1-8) vhodně doplňuje část textovou a je s ní organicky propojena. Kromě otázek pro rozhovor a vlastního expertního interview s Kateřinou Kráčmanovou (v českém a německém jazyce) se zde nachází i výstupy na sociálních médiích, dva výchozí texty pro překlad a fotografie centrály spolku Pop Balet, z.s., který sídlí ve Zvonkové ulici na Praze 10.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE:

Autorka prokazuje vysokou dávku angažovanosti. Je to i pochopitelné, neboť působí sama jako tanečnice, trenérka a choreografka. Díky těmto kompetencím velmi dobře ví, o čem píše. Přesto je v práci zachován princip objektivnosti a obsažena odborná terminologie, aniž by se sklouzávalo k publicistickému stylu. Bakalářská práce působí svěžím a autentickým dojmem a koresponduje s profilem absolventa oboru Cizí jazyky pro komerční praxi – němčina.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ:

Porovnejte komunikační politiku pražského spolku Pop Balet z.s. a plzeňského spolku Storm Ballet z.s. na základě Vámi zvolených tří kritérií (můžete přitom vycházet z kap. 12).

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA: **výborně**

Datum: 15. května 2024

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická
katedra filologických studií

Podpis:

KOPIE SE SHODUJE
S ORIGINÁLEM