

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Linda Ondrušková
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	Prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Marketingové komunikace filmového festivalu
Vedoucí/oponent práce	Mgr. Tomáš Šula

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	B
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	C
3 Přístup ke konzultacím	15	
4 Samostatnost při zpracování	10	
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	B
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	C
7 Metodologická kvalita postupu	20	C
8 Struktura a logika textu	25	B
9 Úroveň teoretické části práce	25	C
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	B
11 Práce se zdroji v textu	25	A
12 Úroveň analytické části práce	25	C
13 Úroveň projektové části práce	25	
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	C
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	C
16 Jazyková úroveň práce	10	A
17 Formální úroveň práce	10	B
Celkové hodnocení	1,48	B

Připomínky a hodnocení práce:

Práce obsahuje analýzu marketingových a komunikačních aktivit Filmového festivalu v Karlových Varech. Autorka popisnou formou shrnuje aktivity festivalu, stejně tak i jeho postavení vůči jiným filmovým festivalům, jeho výhody, nevýhody a stávající stav. V rámci analýzy jsou definovány komunikační prostředky, jejich nasazení v čase a přínos pro festival. Práce však postrádá konkrétnější analýzu obsahové a formální stránky komunikace k jednotlivým cílovým skupinám, i přestože jsou cílové skupiny velice detailně popsány. Autorka se v práci zabývala více marketingové stránce festivalu na úkor komunikační. I přesto je analýza vhodná a přínosná pro srovnání s akcemi podobného typ. Z hlediska komunikačních aktivit je vhodně zmíněna situace etického rozporu v případě uveřejňování negativních zpráv mediálními partnery akce. Dané téma má potenciál k širšímu rozpracování například v diplomové práci, kde by mohlo být provedeno šetření mezi návštěvníky festivalu s cílem zjištění silných a slabých stránek akce z pohledu cílových skupin.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jakým způsobem se mění vizuální a textová komunikace filmového festivalu v čase?
- 2) Je komunikace festivalu lokalizována dle cílových skupin? Pokud ano, jak? Uveďte příklad.
- 3) Myslíte si, že je etické usměrňování komunikace v médiích patřící pod společnost, která je partnerem festivalu? Jak může být tento jev minimalizován resp. řešen?
- 4) Myslíte si, že elektronické komunikační kanály rozšířili zásah v cílové skupině nebo jde pouze o nahrazení původních kanálů?
- 5) Z hlediska marketingových komunikací je Filmový festival v Karlových Varech dostatečně pokryt nebo shledáváte výhrady v protikladu ke komunikaci ostatních velkých filmových festivalů? Srovnejte.
- 6) Jaká je segmentace cílových skupin festivalu z pohledu geografického?

Ve Zlíně dne: 17.5.2010

.....
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01