

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Inovace marketingového plánu divadla Semafor o.p.s.
Jméno autora:	Havlišová Petra
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	
Oponent práce:	MgA. Šárka Maršíková
Pracoviště oponenta práce:	Cirqueon o.p.s.

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání závěrečné práce je kvalitně a jasně formulované a zcela vyhovuje nárokům na rozsah bakalářské závěrečné práce. Obsahuje i zadání na konkrétní nabídku marketingových aktivit pro divadelní sezónu 2019/2020, kdy Divadlo Semafor slaví úctyhodných 60. let.	

Splnění zadání	splněno
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
<p>Předložená práce splňuje zadání.</p> <p>Studentka v teoretické části navíc práci rozšířila o kapitolu, kterou sama nazvala „Divadlo“. Zkratkovitě a ve stručnosti představuje typologii divadel, naznačuje možnosti financování a různé modely fungování divadel z pohledu jejich zřizovatele. Otevírá však najednou příliš velké množství dalších oblastí, které souvisejí s řízením divadel. Právě zkratkovitý exkurz do ostatních oblastí však vede logicky k řadě nepřesností. Už prvním odstavcem první kapitoly by nepotěšila pedagogy a absolventy Divadelní vědy a divadelníky obecně. Nepřesně zachází s termíny občanské sdružení, zapsaný spolek, obecně prospěšná společnost, zapsaný ústav apod. Je pochopitelný záměr, ve kterém se studentka chtěla na problematiku zaměřit v celé šíři. Na to je ale formát bakalářské práce příliš omezený. Tato nadstavba oproti popsánému záměru se tak bohužel stává slabinou práce.</p> <p>Od druhé kapitoly studentka následuje cíl práce a v oblasti marketingu ukazuje své silné stránky. Seznamuje nejprve se základy marketingu, definuje potřebné pojmy a vysvětluje teoreticky jednotlivé analýzy vhodné pro konkrétní využití v oblasti marketingu kultury a divadla. Nabízí komplexní teoretický balíček informací s odkazy na dobré příklady z praxe. Teoretickou část poté rozvíjí v samostatné praktické části práce.</p> <p>V praktické části závěrečné práce nalézáme jako klíčové nástroje pro analýzu trhu SWOT a PEST analýzu. Jedná o zásadní informační zdroj pro další tvorbu marketingové strategie divadla. V praxi by bylo třeba jít hlouběji do problému, popsat skutečné hrozby, příležitosti, silné a slabé stránky divadla a nebát se zde konstruktivní kritiky, která by Divadlu Semafor jistě pomohla překonat některé problémy, které možná sami nejsou schopni reflektovat.</p> <p>V dalších kapitolách věnovaných marketingovému mixu nalézáme kvalitně zpracovaný komunikační mix. V pěti kapitolách se studentka podrobně věnuje webovým stránkám divadla, aktuálnímu využití sociálních sítí, PR a merchandisingu. Sama nabízí celou řadu doporučení na zlepšení současného stavu. Zpracovává také modelovou kampaň k výročí šedesáti let divadla včetně rozpočtu. V těchto kapitolách nalézáme nejcennější část celé závěrečné práce.</p>	

Zvolený postup řešení <i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	správný
---	----------------

Odborná úroveň <i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	B - velmi dobře
Největším přínosem této práce je vlastní invence studentky a navrhnutí vlastních zcela konkrétních doporučení na základně získaných podkladů.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce <i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	A - výborně
--	--------------------

Výběr zdrojů, korektnost citací <i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	C - dobře
V závěrečné práci na konci seznam citací a přesné označení citací v textu uvozovkami. Studentka uvádí v celé práci na konci odstavce zdroj, který je označen závorkou. Znamená to inspiraci v celkovém textu, či přesnou citaci autora? Těžko říct.	
Nutno zdůraznit, že studentka pracovala s celou řadou dostupných publikací (knižních i online), odvedla kvalitní badatelskou práci a nepodcenila práci s materiály. Špatné formální označení citací tak přičítám spíše nezkušenosti autorky.	

Další komentáře a hodnocení <i>Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.</i>
Jsem velmi potěšena, že právě na ČVUT vznikla bakalářská práce, která se snaží proniknout do tajů fungování divadel a nabízí konkrétní řešení pro konkrétní divadlo. Pevně doufám, že výsledky této práce najdou i praktické uplatnění a vedení Divadla Semafor se nechá inspirovat.
Práce má potenciál rozvinout se do hlubší analýzy v podobě magisterské práce, která se může zakládat na popisu konkrétní realizace marketingového plánu sezóny 2019/2020 a následného vyhodnocení úspěšnosti kampaně.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

Bakalářskou práci DOPORUČUJI k obhajobě.

V této bakalářské práci nalezneme celou řadu drobných nedostatků. Je třeba se ale na vznik práce podívat ještě širší optikou. Velmi oceňuji, že se na Masarykově ústavu vyšších studií objevuje téma marketingového plánu pro kulturní neziskovou organizaci. Oblast živého umění a divadla je velmi specifická. Pro závěrečnou bakalářskou práci studenta, který nestuduje specificky kulturní management, je velmi náročné se zorientovat a nabídnout konkrétní řešení. Petra Havlišová téma uchopila se ctí. Je evidentní její zájem o problematiku a snaha o pochopení širších souvislostí.

Otázka č. 1

Existuje aktuálně v divadle Semafor marketingové oddělení, nebo veškeré marketingové aktivity zajišťuje produkce divadla? Prosím, popište aktuální stav.

Otázka č. 2

Jak byste v rámci SWOT analýzy vyhodnotila klíčovou osobu a osobnost Semaforu pana Jiřího Suchého a proč?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře.**

Datum: 6.6.2019

Podpis: MgA. Šárka Maršíková