

**KARLOVA UNIVERZITA V PRAZE**  
**Fakulta sociálních věd**  
**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

---

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček! Po jejich vyplnění hotový posudek prosím vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**

**Typ posudku** („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce  Posudek oponenta

**Autor/ka práce**

Příjmení a jméno: Ježková Tereza

**Název práce:** Marketing umění: komparativní studie komunikačních aktivit Národní galerie v Praze a Museo Nacional del Prado v Madridu v letech 2007-2009

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: PhDr. Kasl Kollmannová Denisa

Pracoviště: IKSŽ FSV UK

**1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	3
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	2
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	3
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	3

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	2
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná	3

	kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 7)	
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	4

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)  
 Obrazová část by mohla být samostatně v příloze (s.58-61), případně doplněná o screenshoty webových stránek či další doplňující vizuály. Příloha jako taková v práci chybí, což je vzhledem k tématu nedostatkem práce.

**4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE** (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Diplomantka předkládá práci na zajímavé a originální téma komparace české Národní galerie a Musea del Prado. Na teoretickém základě marketingu umění buduje systematickou analýzu marketingových aktivit institucí, jež lze označit za porovnatelné i přes rozdíly ve velikosti, finančních možnostech a v neposlední řadě též kultur.

Teoretická část práce je velmi dobře zvládnutá.

V analytické komparaci by bylo možné doplnit ještě řadu údajů, např. chybí zrcadlový údaj o publicitě (počtu článků, příp. jejich hodnocení) o NG, počet návštěvníků obou institucí v přepočtu na dny, zařazení NG do konkurenčního prostředí (Rudolfinum, DOX, Pražský Hrad apod.), příp. SWOT analýza porovnávající mj. příležitosti obou institucí. U NG je nutné zvážit její působení v delším časovém horizontu, neboť počet jejích návštěvníků výrazně klesl.

Výsledky proto nejsou příliš překvapivé (obě instituce využívají tradičních forem marketingové komunikace i vizuálního stylu). Je otázkou, zda rozdíly tkví, jak autorka tvrdí, v lepších finančních možnostech Prada, či zda se zde do nevalného výsledku NG promítají ještě další hlubší interkulturní a společenské diference, personální otázky apod. Bakalářská práce však splňuje při náročném tématu všechny formální nároky a je zdařilá, hodnotím ji proto jako velmi dobrou.

**5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT MUSÍ VYJÁDŘIT:**

5.1	U NG došlo během posledních deseti let k markantnímu poklesu návštěvníků o více než polovinu a stala se tak návštěvností srovnatelná spíše s regionálními galeriemi v EU. V čem by se mohla u Prada inspirovat?
5.2	Pomohla by podle vás NG integrace marketingového oddělení a větší využívání komunikačních kanálů (zejm. on-line médií a sociálních sítí) ke zvýšení počtu návštěvníků při požadavku zachování vysoké umělecké kvality výstav?

**6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: .....

Podpis: .....

**Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**