

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketingová komunikace české seriálové tvorby na sociálních sítích

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Goldberg David

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Student si za téma své bakalářské práce zvolil marketingovou komunikaci české seriálové tvorby na sociálních sítích. Tomu odpovídá i zvolený cíl, jehož ambicí je poskytnout doporučení v této oblasti pro Českou televizi. Na zvolenou problematiku navazuje teoretická část práce. V ní je nejdříve rozebrána marketingová komunikace i se zaměřením na filmový marketing, následuje kapitola o sociálních sítích a placených kampaních. Oceňuji, že student neprezentuje pouze obecnou teorii, ale snaží se zmiňovat také konkrétní best practices v oblasti propagace filmů a seriálů na sociálních sítích. Práce se zdroji je na dobré úrovni. Metodika je náležitě popsána v samostatné kapitole. Ke sběru dat byl použit polostrukturovaný rozhovor, jehož přepis je možné najít v přílohách práce, dále případová studie seriálu Most a dotazníkové šetření - vzor dotazníku a tabelizovaná data jsou opět správně prezentovány v přílohách. Praktická část začíná charakteristikou komunikace české seriálové tvorby, srovnáním jednotlivých hlavních českých tv stanic, dále je pozornost zaměřena na seriál Most. Poté student prezentuje výsledky dotazníkového šetření - vyhodnocení je poměrně zdařilé, jen měly být voleny raději sloupcové grafy, ne koláčové, v Grafu 1 pak chybí popisky os. Doporučení jsou často obecnějšího charakteru, uvítal bych konkrétnější včetně plánu a ceny jejich nasazení. Práce obsahuje pouze drobné nedostatky - např. občasné chyby v syntax. Na práci oceňuji zájem autora o danou problematiku. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Bylo by vhodné pro komunikaci české seriálové tvorby zapojit také platformu Twitch? Jaké má tato platforma výhody a jaké nevýhody? Svou odpověď odůvodněte.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaké hlavní metriky při komunikaci seriálů na sociálních sítích se měří? Vysvětlete je a popište. Jaké hodnoty už znamenají úspěch a proč?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jaká televizní stanice (nemusí být česká) udává trendy v komunikaci seriálové tvorby na sociálních sítích? Jak to dělá a na co se zaměřuje?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Klasifikace	výborně	X
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 28.09.2019

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz