

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Oponent:

MgA. Jiří Sulženko, PhD.

Diplomant:

Vanda Hejnová

Název oponované práce:

SOCIÁLNÍ MÉDIA V DIVADLE A JEJICH VYUŽITÍ V DOBĚ PANDEMIE

Text posudku:

Diplomantka předkládá k obhajobě práci zaměřenou na řízení komunikace prostřednictvím sociálních médií v době pandemie koronaviru v oblasti kultury a divadla. Z úvodních kapitol práce je složité identifikovat zřetelný cíl práce přes to, že název by předpokládal výzkum a diskusi nad efekty využití sociálních médií v divadle v krizové době zavřených divadel a dalších míst hromadného setkávání.

Autorka v práci přehledně sumarizuje základní teorii médií, přináší detailní popis sociálních médií a sítí, popisuje, jak jednotlivé sítě fungují a jak se liší. Potud považuji výkon diplomantky za výborný. Srozumitelně kombinuje různé zdroje informací, setřídí je do logických celků a prezentuje základní informace o sociálních sítích a médiích. Potud je práce odpovídající velmi dobrému standardu bakalářského stupně studia. Vedle relativně rozmanité literatury zaměřené čistě na sociální média postrádám v textu využití jednoho z klíčových pramenů k tomuto tématu, publikace Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital autorů Philipa Kotlera, Iwana Setiawana a Hermawana Kartajayaha. Pro doplnění bylo možné také využít výzkumu, který vznikl přímo na Katedře produkce a sledoval chování a potřeby diváků právě během pandemie koronaviru (Dotazníkové šetření „Kultura online“).

Za mírně problematickou považuji část práce věnovanou jednotlivým konkrétním sociálním sítím, která přináší encyklopedický přehled fenoménu, který je vystaven neustálé změně. V zásadě neodůvodněný je i výběr subjektů pro případové studie (ND a Jatka 78). Při popisu jejich stavu a strategie autorka dostatečně nevyužívá teoretické znalosti shromážděné v první části práce. Nepracuje s konceptem 5W, nepodrobuje kampaně porovnání s využitím KPI, měření dopadů, zhodnocení, zda naplňují znaky cílů AIDA nebo pohledem na tržbu, kterou kampaně na sociálních sítích v případě sledovaných divadel vygenerovaly.

Přesto je zřejmé, že diplomantka díky práci na textu přečetla velké množství textů, ať už literatury nebo internetových zdrojů (s kterými správně pracuje) a rozhovorů.

Práce je více, než 2x obsáhlejší v porovnání se standardní délkou běžné bakalářské práce.

Otázka(y) k obhajobě:

Pokud byste dále rozvíjela téma řízení kampaní na sociálních médiích, jaké nástroje nebo metody, které jste dokumentovala v teoretické části práce, byste využila ke srovnání dopadů jednotlivých kampaní na cíle organizací, které je realizují?

Bakalářskou diplomovou práci k obhajobě **/doporučuji - nedoporučuji/**

Datum: 7. 6. 2022

Podpis:

