

POSUDEK OPONENTA PÍSEMNÉ KVALIFIKAČNÍ PRÁCE

Název práce: Branding v divadelní sféře
Autor/ka práce: Karolína Soukupová
Studijní program: produkce
Typ studijního programu: magisterský

Vymezení cíle a jeho naplnění:

Cílem DP bylo „pomoci pochopit a uchopit téma brand managementu divadlům...“ Cíl byl naplněn pouze částečně, zřejmě i proto, že odborná literatura pro tuto specifickou část kultury prakticky neexistuje. Autorka se tak neubránila práci s tématem v obecnější rovině, aniž by se jí podařilo vygenerovat použitelnou definici značky v divadelní oblasti, natož pak reálně využitelnou sumu doporučení, jak se značkou v divadlech pracovat.

Aktuálnost tématu (a relevance zvolené metodologie v případě diplomové práce):

Téma je nepochybně aktuální, odborně téměř nezpracované.

Odborný přínos, původnost práce a její případné využití v praxi:

Práce je původní, autorka pracovala s úctyhodným objemem odborných zdrojů pro oblast brandu v obecnější nebo podnikatelské rovině, její závěry však zůstávají za očekáváním (resp. stanoveným cílem). DP však může být jakousi startovní metou pro další odborné práce, neboť přijatelným způsobem shrnuje vše, co v divadlech se značkou souvisí.

Logická stavba a členění práce:

Členění práce do kapitol je logické, v jejich obsahu však převažují obecné poznatky teorie práce se značkou.

Formální úprava a náležitosti práce včetně jejího rozsahu:

Po formální stránce práce nevykazuje zásadní chyby, rozsah práce významně přesahuje stanovené minimum.

Práce s informačními zdroji:

Práce s informačními zdroji je téměř bezchybná, autorka správně cituje, odkazy v textu odpovídají seznamu zdrojů v příloze.

Jazyková, stylistická a terminologická úroveň:

Jazyková a stylistická úroveň vykazuje minimum chyb, o něco horší, avšak stále přijatelná, je úroveň terminologická.

Celkové/vlastní shrnutí hodnotitele:

DP Karoliny Soukupové je pokusem o průlom do světa odborných textů věnovaných značce v kultuře (resp. divadlech), který sice vyšel jen z malé části (většinu textu tvoří kompilace odborné literatury, věnované ovšem značce obecně nebo v podnikatelské sféře), který je však zároveň třeba hodnotit i po stránce autorčiny odvahy a zarputilé snahy dobrat se stanoveného cíle.

Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

1. Co tvoří základ brandu (z čeho se skládá) divadla? V čem je značka v divadle specifická?
2. Jak obtížný je rebranding v divadlech s dlouhou historií?

Doporučení práce k obhajobě:

ANO

Navrhovaná klasifikace: D

Datum vypracování posudku:

03-09 2023



Oponent: Vlastimil Ježek

03-09 2023