

Z Á P A D O Č E S K Á U N I V E R Z I T A V P L Z N I
F a k u l t a f i l o z o f i c k á
Katedra germanistiky a slavistiky/katedra filologických studií

PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(Posudek oponenta)

Práci předložil(a) student(ka): **MICHAELA MRÁZKOVÁ**

Název práce: ***Einsatz der sozialen Medien im Marketing des Vereins Pop Balet z.s.***

Hodnotil/a: **Mgr. Andrea Königsmarková Huňáčková, Ph.D.**

1. CÍL PRÁCE:

Stanoveného cíle, který propojuje oblast sociálních médií a marketingu, bylo v plné míře dosaženo.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ:

Předložená bakalářská práce prezentuje sociální média jako nástroj marketingu v oblasti kultury, konkrétně tance. Autorka vhodně shrnuje teoretická východiska marketingu s využitím sociálních médií, velmi pěkně kompiluje charakteristiku jednotlivých nástrojů a pokouší se i o popis jejich specifické role pro oblast tance (kapitola 5), zde ale nepřichází s ničím, co by se vázalo pouze na vybraný druh umění, možná se měla zaměřit na marketing kultury obecně, nebo zkrátka na obecné výhody sociálních médií v marketingu, protože propojení, sdílení, vzdělávání, širší nabídka pracovních příležitostí atd. platí obecně snad pro všechny oblasti lidské činnosti, kde lze sociální média využít.

Naopak velice oceňujeme konkrétní doložení ve formě zárodku případové studie, doplněné dobře vedeným a komentovaným rozhovorem a zejména vlastními (poučenými a konkretizovanými) doporučeními pro další využití sociálních médií a utváření komunikátů v nich prezentovaných.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA:

Bakalářská práce formálně odpovídá nárokům, které jsou kladeny na tento typ kvalifikační práce. Text je logický a dobře strukturovaný, pouze je nadbytečně rozděleno na část teoretickou a praktickou – nadbytečnost explicitního vyjádření je patrna již v obsahu: Teoretická část na s. 9 a hned následuje „podkapitola“ ‚Grundlagen des Social-Media-Marketings‘ – též s. 9 (proč nezačít přímo souhrnem východisek?). Ostatní formální náležitosti jsou v pořádku včetně jazykové úrovně a soudržnosti textu.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ:

Velmi kladně hodnotíme vlastní přínos autorky, prokazuje, že se v tématu (nebo vlastně tématech) velmi dobře orientuje. Celý svůj výklad zaměřila opravdu na marketing a sociální média, v analýze se pak zaměřuje na prezentovaný obsah a spíše formální prostředky jeho zveřejnění. Postrádáme hlubší analýzu jazykového ztvárnění a též v doporučeních chybí, jak užívat jazykové (verbální i neverbální) prostředky ve specifickém prostředí sociálních médií (k jazyku zmínka o stručnosti textů a upřednostnění angličtiny na s. 49). O vhodnosti takového zaměření či alespoň doplnění jsme vzhledem k zaměření studijního programu přesvědčeni.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ:

- a) Pokuste se ozřejmit možné jazykové prostředky, které povedou k výsledným stručným a výstižným textům v sociálních médiích na příkladu prezentace spolku ve vaší bakalářské práci.
- b) Jaké jazykové prostředky hodnotíte jako typické pro posílení persvazivní funkce marketingových textů tohoto spolku?

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA (výborně, velmi dobře, dobře, nedoporučuji k obhajobě):

Práci doporučuji k obhajobě s navrženým hodnocením: **velmi dobře.**

Datum: 15.5.2024

Podpis:

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická
katedra filologických studií

KOPIE SE SHODUJE
S ORIGINÁLEM