

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Michael Spurný
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Historický vývoj kin od roku 1990
Vedoucí/oponent práce	Mgr. Štěpán Prachař/Mgr. Eliška Kubíčková

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	A
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	A
3 Přístup ke konzultacím	15	
4 Samostatnost při zpracování	10	
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	A
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	A
7 Metodologická kvalita postupu	20	B
8 Struktura a logika textu	25	B
9 Úroveň teoretické části práce	25	A
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	A
11 Práce se zdroji v textu	25	A
12 Úroveň analytické části práce	25	A
13 Úroveň projektové části práce	25	
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	A
16 Jazyková úroveň práce	10	A
17 Formální úroveň práce	10	A
Celkové hodnocení	1,17	A

Připomínky a hodnocení práce:

Autor v teoretické části uvádí komplexní přehled historického vývoje kinematografie ve světě a zabývá se také situací, která panovala u nás. Dále se zaměřuje i na problematiku marketingu, využívá porovnání statistik návštěvností a charakterizuje vývoj konkrétních kin ve Zlíně. Cíl práce je výstižně stanoven a konkretizován několika cíli dílčími. Chybí zde hypotézy, které však zastupuje uvedená pregnantní formulace cílů práce. Praktická část se třídí do několika proudů, což působí mírně chaotickým dojmem, ale autor tímto způsobem naplnil všechny vytyčené cíle. V práci je využito několika podrobných statistických přehledů a autor také uskutečnil vlastní dotazníkové šetření. Upozorňuji pouze na absenci grafů vzešlých z výsledků marketingového výzkumu, na něž je odkazováno, avšak v příloze chybí. Celkově práce shrnuje nejdůležitější body zkoumané problematiky a působí velmi vyzrálým dojmem.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jak si vysvětlujete poměrně markantní pokles návštěvnosti českých kin po roce 1989? Jaké marketingové nástroje mohli provozovatelé kin využít, aby se efektivněji ubránili nástupu videopřehrávačů a šíření filmů na kazetách VHS?
- 2) Malá regionální kina se nemohou kvalitou poskytovaných služeb rovnat multiplexům, je zde tedy jiná příležitost, kterou by tato kina mohla využít jako konkurenční výhodu a získat si své pravidelné návštěvníky?
- 3) Uvádíte, že v roce 2009 bylo v České republice provozováno 24 multikin. Myslíte si, že do budoucna hrozí provozovatelům podobná situace, jako je nyní u obchodních center, která také zaznamenávala po několik let „boom“ ve výstavě a nyní mají značné problémy s návštěvností, obratem a celkovou přesyceností trhu tímto typem nakupování?

Ve Zlíně

dne 13. května 2010

.....
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01