

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Žaneta Strnadová, FF JCU v Českých Budějovicích

### Kulturní marketing.

Bakalářská práce s názvem „Kulturní marketing“ se zabývá konkrétní kulturní událostí a snaží se ji začlenit do teoretického rámce kulturního marketingu. V tomto případě je třeba ocenit snahu studentky o praktické propojení teorie a praxe.

V teoretické části autorka prezentuje poznatky, které jsou zpracovány z dostatečného množství dostupné literatury a dokládá tak svou orientaci v problematice a známost nejvýznamnějších autorů v tomto oboru publikujících a to i zahraničních. Po formální stránce je práce v pořádku, je dodržena jednotná citační forma, i když ne v souladu s normou. Takto prezentovaný literární přehled shledávám jako dostatečný vzhled do teoretických základů kulturního marketingu.

Jazyková úroveň práce je na standardní úrovni.

Velmi pěkně v práci vyznívá španělský překlad v úvodu praktické části. Autorka v práci předkládá souhrn komunikačních prostředků, kterých bylo využito při prezentaci popisované akce. Autorka se v případě, že získala potřebná data, snaží popsat jednotlivé nástroje marketingové komunikace z pohledu obsahového, množství, finančního i z pohledu efektivnosti. Příkládá i tiskovou zprávu a grafickou podporu akce. Kladně hodnotím vlastní názor autorky, který uvádí v závěru ve čtvrtém odstavci. Je evidentním že je autorka schopna v plném rozsahu posoudit marketingovou kampaň hodnocené akce a také její potenciál, v případě správně vedené kampaně.

Práce je po všech stránkách v pořádku, z těchto důvodů hodnotím práci známkou **výborně a doporučuji ji k obhajobě.**

České Budějovice 18. 1. 2012

Ing. Monika Březinová, Ph.D.

