

OPONENTNÍ POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: **Bc. Lenka Minaříková**
Název práce: **Marketingový mix Východočeského divadla Pardubice**
Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Josef Vaculík, CSc.**

Cílem diplomové práce bylo analyzovat jednotlivé nástroje marketingového a komunikačního mixu Východočeského divadla Pardubice a navrhnout možné změny.

Teoretická část zpracovaná v prvních třech kapitolách je velmi věcná a stručným, přesto vyčerpávajícím způsobem uvádí do problematiky marketingového a komunikačního mixu.

Praktická část se skládá ze dvou kapitol, kdy je nejprve provedena analýza využívání nástrojů marketingového a komunikačního mixu a aplikace komunikačního mixu ve VČD. V poslední kapitole jsou pak navrženy možné změny pro VČD na základě SWOT analýzy. **Stavba práce je naprosto logická a přehledná.**

Analýzou činnosti VČD jsou popsány prakticky všechny jednotlivé nástroje marketingového a komunikačního mixu ve VČD, což svědčí o dokonalém, až překvapivém poznání a seznámení se s prostředím divadla. Dokonalá znalost prostředí spolu se zvládnutým teoretickým základem umožnila aplikovat jednotlivé nástroje komunikačního mixu na činnosti VČD. V této rozsáhlejší části jsou popsány a teoreticky pojmenovány všechny důležité komunikační činnosti VČD a je tak dán předpoklad pro komplexní posouzení způsobu komunikace a vhodnosti použití jednotlivých nástrojů v marketingových službách VČD. **Použitou metodu analýzy jednotlivých nástrojů marketingového a komunikačního mixu VČD lze považovat za vhodnou a adekvátní.**

V závěru práce je provedena SWOT analýza a jsou navržena doporučení pro VČD. Jednotlivé návrhy jsou konkrétní, realizovatelné a většinou se shodují se záměry vedení divadla. V několika případech jsou doporučení novými podněty, jejichž realizace stojí za úvahu (např.: aktualizace seznamu prodejních míst, vytvoření rubriky FAQ a poskytování tiskových zpráv na internetu, občerstvení v přízemí divadla).

Za opodstatněné doporučení lze považovat zřízení nové pracovní pozice marketingového pracovníka, které by vedlo k systematictějšímu uplatňování marketingových nástrojů a v kombinaci s grafickou činností k operativnějšímu využívání komunikačních nástrojů. Pracovní náplň a činnost a začlenění tohoto pracovníka je podrobně a věcně popsáno, v některých případech, jako je ekonomické posouzení, mohlo zůstat v obecnější poloze. Diskutabilní je jeho použití pro návrhy divadelních plakátů a grafických materiálů pro jednotlivé inscenace, kdy tato činnost spadá spíše do oblasti umělecké činnosti a směřování divadla. **Přesto lze doporučení pozice marketingového pracovníka označit za velmi podnětný výstup hodnocené diplomové práce s vysokým stupněm realizovatelnosti.**

Diplomová práce má logickou stavbu, používá adekvátní metody a jejím vyústěním jsou konkrétní realizovatelná řešení, čímž **splňuje beze zbytku svůj cíl**. Dokonalé poznání prostředí, zvládnutá teorie a reálné výstupy řadí tuto diplomovou práci mezi nadprůměrné.

Otázky k obhajobě:

- 1) Který z marketingových nástrojů marketingového mixu lze konkrétně doporučit pro zvýšení tržeb (návštěvnosti) u představení kulturního a vzdělávacího charakteru? Lze na produkty kulturního a vzdělávacího charakteru používat stejné nástroje jako na produkty zábavného charakteru?

Práci doporučuji k obhajobě a navrhuji klasifikační stupeň – **v ý b o r n ě**.

Pardubice dne 19. června 2009



Ing. Bohumil Kos
provozně ekonomický náměstek