



POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Pinková Barbora
Název práce: Vytvoření komplexní marketingové strategie obce
Autor posudku: Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA. Ph.D.
Cíl práce: Vytvoření komplexní marketingové strategie pro obec Lično, a to konkrétně pro přestavbu nevyužitě budovy v obci na novou mateřskou školu.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Anti-plagiátorským systémem v případě posouzení uvedené práce vykázal 14% shodu. Se znalostí detailů o podobnostech v textu, lze konstatovat, že práce je v těchto detailech řádně opatřena citacemi a odpovídá proto běžným postupům publikační činnosti, citační etiky a není v rozporu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací.

Dílčí připomínky a náměty:

Teoretická část práce je rozpracována v uspokojivém rozsahu. Oblast, která by zasloužila podrobnější rozpracování, je samotný marketing obce, jeho podstata a vnímání, protože pak by se studentka vyhnula ztotožnění komplexní marketingové strategie obce s dílčí, institucionální marketingovou strategií mateřské školy. Navíc chybí zdůraznění marketingových specifik, pokud se jedná o marketing vzdělávací instituce, kterou MŠ také je.

Praktická část zpracována adekvátně představě studentky, ale postrádá onu komplexnost pohledu strategie obce. Naproti tomu zpracování dílčí marketingové strategie pro vznikající školku je provedeno detailně, ale i v tomto případě studentka neřeší specifika vyplývající z toho, že se jedná o vzdělávací zařízení, které musí mít např. školní řád, školní vzdělávací program a rovněž pedagogický a obslužný personál.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce je dostačující pro téma marketingové strategie obce, nepokrývá však zcela problematiku dílčí strategie, která je následně základem praktické části. Studentka opomíjí fakt, že mateřská škola je vzdělávací institucí, což přináší další specifika k řešení i do oblasti tvorby marketingové strategie.

Praktická část práce začíná převážně popisnými pasážemi a snahou o analýzu prostředí, ve kterém má být dílčí marketingová strategie uplatněna. Samotné zpracování marketingové strategie se pohybuje na samotné hraně zpracování spíše podnikatelského plánu, nikoliv marketingové strategie. V závěrech autorka nevyvážené směřování práce obrátí k tématu marketingu zejména tím, že se zaměří na tvorbu webových stránek školky

Závěry práce představují shrnutí poznatků praktické části a souhrn subjektivních doporučení vytvořených studentkou na jejich základě. Lze potvrdit, že cíl práce byl naplněn a strategie pro přestavbu nevyužitě budovy v obci na novou mateřskou školu je v práci vytvořena.

Otázky k obhajobě:

1. Z jakých důvodů je potřebná marketingová strategie obce pro vznik nové mateřské školky? Jaká problémy strategie řeší?
2. Jak zapadá dílčí marketingová strategie pro novou školku do celkové strategie obce Lično?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: D

V Hradci Králové, dne 13. května 2019

podpis