

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Marketingová komunikační strategie střední školy

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jméno studenta:** Apolenář Lukáš

**Vedoucí práce:** Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	<b>X</b>
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	<b>X</b>
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	<b>X</b>
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Práce má za cíl navrhnout optimální komunikaci střední školy. Rozebírá a identifikuje odlišné cílové skupiny, poměrně důkladně jsou provedeny i další analýzy. Přílišná angažovanost v problematice nedovolila autorovi vyselektovat nosnou problematiku, čímž práce nabyla značných rozměrů. Oceňuji, že na komunikaci školy je v práci nahlíženo klasickým marketingovým způsobem, tedy především vycházet z cílů komunikace a vědět co, komu a jak je třeba komunikovat a že se nejedná o snůšku brainstormingových nápadů. Autor předkládá návrh efektivní marketingové komunikace.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Kdybyste dostal marketingovou komunikaci dané školy na starost, které tři návrhy byste prosadil jako prioritní a proč?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Čím se chce daná škola výrazně odlišit od konkurenčních škol a jak toho prostřednictvím komunikace dosáhne? (prosím vybrat 1 USP)

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 11.05.2021

\_\_\_\_\_  
Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz