



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Křížová Eva

Název práce: Marketingová komunikace a její význam ve vzdělávacích institucích

Autor posudku: PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

Cíl práce: Posoudit význam marketingové komunikace a navrhnout koncepci řešení pro zajištění růstu organizace.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	1	2	3	4
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dílejší připomínky a náměty:

Bakalářská práce je soustředěna na moderní oblast marketingu - interní a externí komunikaci ve vzdělávacích institucích.

Autorka si klade za cíl posoudit význam marketingové komunikace a navrhnout koncepci řešení pro zlepšení podmínek školské instituce.

Teoretická část objasňuje tradiční nástroje i nové trendy marketingové komunikace využívané ve službách a ve veřejném sektoru. Studentka také řeší sestavení plánu pro dosažení účinné komunikace.

V praktické části se autorka zaměřuje na konkrétní vzdělávací školní instituci v Čáslavi. Vyhodnocuje postavení školy v regionu a rozebírá současný stav vnitřní a vnější marketingové komunikace. Na základě výsledků jsou navrženy změny v systému komunikačních nástrojů a vytvořen plán na nový školní rok.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Studie předkládá teoretické prameny z oblasti účinného předávání informací ve školské instituci na základě moderních principů. Použité tištěné i internetové zdroje jsou řádně citovány.

Autorka provádí dotazníkové šetření ve zkoumané instituci a ověřuje tři hypotézy - týkají se navýšení počtu přijatých žáků, přípravy zajímavých akcí a využívání elektronického systému v kontaktu se žáky i jejich rodiči. Výsledky jsou uvedeny v grafech a tabulkách a náležitě interpretovány.

Nutno konstatovat, že v závěru práce postrádám podrobnou analýzu diskuse s vedením školy o výsledcích výzkumného šetření a vzhledem k oboru studia autorky i návrh nových webových stránek, které sama zkoumané škole doporučuje.

Práce splňuje po stránce formální i obsahové náležitá kritéria, cíl práce je tak naplněn.

Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky pro diskusi:

1. Mohla by autorka při své obhajobě uvést, jakým způsobem své návrhy diskutovala s vedením školy a jak a kterými osobami byly aplikovány v praxi ? (dle str. 61 - 67)
2. Ve kterých aspektech bude zkoumaná instituce zajišťovat svoji konkurenceschopnost i v následujícím období? Kdo bude pověřen plněním inovativních úkolů? (dle str. 68)

Navržená výsledná známka: velmi dobře

V Hradci Králové, dne 15.5.2015

podpis