



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Davidová Beáta

**Název práce:** Nové trendy marketingu vzdělávacích institucí

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

**Cíl práce:** Porovnání přístupu fakult ekonomického a IT zaměření k marketingu a navrhnout propagaci FIM UHK.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Celková podobnost je 0 %.

### Díličí připomínky a náměty:

Bakalářská práce se zaměřuje na aktuální oblast managementu – formu propagace vzdělávacích institucí. Hlavním cílem je stanovit konkrétní doporučení pro vývoj propagace na FIM UHK.

V teoretické části jsou uvedeny základní informace z oblasti marketingu, komunikačního mixu a marketingu v oblasti vzdělávání.

V praktické části autorka porovnává propagaci na FIM UHK se situací na pěti vybraných českých fakultách ekonomického či podnikatelského zaměření.

Je zde analyzována on-line propagace, možnosti propagace FIM UHK jak na vlastní akademické půdě, tak také formou prezentace na veletrhu Gaudeamus v Praze či na středních školách ve východočeském regionu. Studentka předkládá na str. 65 své práce hodnotící tabulku s údaji o propagaci na vybraných školách.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Hlavním přínosem práce je zjištění, že u FIM UHK je propagace srovnatelná s nejnámější ekonomickou školou VŠE v Praze.

Autorka samostatně zpracovala přehled propagačních postupů vybraných škol.

Zjištěná data jsou graficky zpracována, doložena obrázky i fotodokumentací a náležitě interpretována. Veškerá použité prameny jsou patřičně citovány.

V závěru práce autorka dospívá k obecným doporučením, postrádám ovšem konkrétní návrh propagačního materiálu, tak, aby mohl být v marketingu FIM UHK aplikován.

Práce splňuje po formální i obsahové stránce v základních rysech požadovaná kritéria. Cíl práce je tak naplněn.

**Otázky k obhajobě:**

Z autorčiny analýzy vyplývá, že v porovnání s jinými fakultami u FIM UHK chybí portál, který by se věnoval uchazečům. Mohla by studentka při své obhajobě podat návrh webové stránky pro uchazeče FIM UHK? (dle str. 65)

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: C**

**V Hradci Králové, dne 14. května 2018**

**PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.**

---

**podpis**