



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Veronika Tschertnerová
Název práce: Marketingová strategie vybrané vzdělávací instituce
Autor posudku: Václav Zubr
Cíl práce: Cílem této práce je zanalyzovat marketing Střední školy a vyšší odborné školy aplikované kybernetiky s.r.o.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

V rámci kontroly anti-plagiátorským systémem byla vykázána shoda 40 %. Řada označených pasáží je v úvodních stranách, v obsahu a v seznamu použité literatury. Vykázané pasáže jsou většinou citovány, někdy se jedná o shodu v praktické části či užívání odborných pojmů. Charakter a míra shody vykázaná anti-plagiátorským systémem po posouzení konkrétních statí textu odpovídá běžným postupům publikační činnosti a citační etiky a není v rozporu s pravidly pro zpracování VŠKP.

Díličí připomínky a náměty:

Bakalářská práce se zaměřuje na marketingovou strategii vybrané střední školy. V teoretické části autorka představuje základní pojmy spojené s marketingem. V této části autorka poměrně často využívá doslovných citací, ale u ostatních odstavců je citování chudé. Pro větší čistotu textu by bylo vhodné přidat za odstavce vždy citaci (např. v kapitole 4 a 5 i jinam). Obrázky autorka doslovně přejímá z literatury, i když by bylo možné je bez větší námahy překreslit/upravit.

Autorka stanovila v práci celkem 2 výzkumné otázky, které v závěru práce zodpověděla. V praktické části autorka představuje zkoumanou školu, její facebookové a instagramové stránky a dále se zabývá vyhodnocením dotazníkového šetření. V kapitole Metodika není uvedena vlastní metodika průzkumu, jen obecné teoretické představení, kapitola 2.3 pouze shrnuje teorii spojenou s marketingovým výzkumem. Průběh průzkumu je spolu s nadbytečnou teorií (např. definicí dotazníku) uveden

v praktické části. U grafů při vyhodnocení dotazníku jsou nadpisy uvedené duplicitně v grafu i pod grafem. Autorka z mého pohledu plně nevyužila možnosti, které jí dotazníkové šetření poskytlo, vyhodnocení dat mohlo být doplněno o odpovídající analýzy.

V práci se vyskytují pravopisné chyby, na některých místech špatný slovosled, chyby ve shodě podmětu s přísudkem, chybí mezery mezi slovy. V práci je využit nadbytek nadpisů 1. úrovně, kde kapitola 4, 5, 6 mohla být spojena, za poslední číslicí v nadpisu jsou uvedeny nestandardní tečky.

Autorka celkem použila 41 zdrojů online i knižních, knižní někdy starší (1996); například zdroj 41 má podnikového autora, ale v seznamu je uvedeno Webová stránka, což není správně.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práce jako celek splnila stanovený cíl, je dle mého názoru v souladu s požadavky na bakalářskou práci, a proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Je v možnostech školy financovat náklady na pravidelnou údržbu a vkládání příspěvků na sociální síte školy a jejich informační propojení s webem?
2. Uvádíte, že ideální médium pro komunikaci s dnešní mladou generací jsou sociální síte FB a Instagram + web. Je FB a Instagram stále aktuální u současné generace, která nyní ukončuje základní školy?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 19. května 2023

podpis