

Univerzita Hradec Králové
Pedagogická fakulta
Hodnocení bakalářské práce

Jméno autora: Ivana Ratkovská
Název práce: Marketingové aktivity školy jako nástroj náboru žáků
Oponent práce: Mgr. Irena Loudová, Ph.D.

Téma práce: aktuální
Práce je zaměřena: teoreticko-empiricky
Jazyková a stylistická úroveň práce: odpovídající
Rozsah práce: odpovídající (62 + přílohy)
Použitá literatura a počet uváděných titulů: odpovídající, aktuální
Formální stránka práce: odpovídající
Citace v textu: přiměřená
Využitelnost pro praxi: vysoká
Cíl práce: stanoven a splněn
Úroveň závěrečné práce: odpovídá požadavkům

Téma bakalářské práce je výstižné a v současné době hodně komentované. Cíl práce jako celku byl stanoven a splněn. Práce má charakter teoreticko-empirický, s vyváženými proporcemi.

Téma práce

Trh vzdělání nabízí žákům širokou nabídku studijních oborů. S klesající populační křivkou roste konkurence škol, nedostatek žáků ohrožuje především školy pro profesní přípravu a odborné školy. Nutnou činností každé školy je nábor žáků.

Struktura práce

Zpracování teoretické části práce: v práci je zřetelně definovaná problematika, dobře zvolený výběr relevantních názorů pro daný problém, solidní přehled dosavadních poznatků a logická stavba práce. Zpracování praktické části práce: kvantitativní výzkum, dotazník vlastní konstrukce, jasně stanovené kvalifikované předpoklady, výstupy šetření jsou podpořeny přehlednými tabulkami a přiměřeným komentářem. Ocenění zasluží kompaktní soubor příloh.

Práce s literaturou a zdroji

Práce vykazuje dobrou úroveň využití literatury v textu, autorka vhodně cituje, práci by prospělo využití i zahraničních zdrojů.

Přínos práce

Získané informace z výsledků dotazníkového šetření lze využít v praxi pro školy, a to především jaké marketingové nástroje jsou v náboru nejúčinnější. Ocenění zasluží, že výsledky šetření jsou zpracovány přehledně a s autorským stanoviskem. Výtka směřuje k příliš atomizovanému textu, autorka používá příliš výčtových položek, práci by prospělo ucelenější a kompaktnější textové zpracování.

Otázky k obhajobě:

1. Vytvořte shrnutí a rozdílnost marketingových záměrů škol různých oborů?

Výsledné hodnocení:

V Hradci Králové dne 26. 4. 2016

