

Posudek vedoucího závěrečné práce

Studijní program: **Studium v oblasti pedagogických věd**

Studijní obor: **Učitelství odborných předmětů**

Akademický rok: **2014/2015**

Název práce: **Marketingová koncepce vybrané střední odborné školy**

Řešitel: **Ing. Michaela Kubějová**

Vedoucí práce: **Ing. Marie Horáčková, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Splnění požadavků zadání	B
2.	Aktuálnost a odborná úroveň práce	A
3.	Využití znalostí získaných studiem	A
4.	Využití odborné literatury	A
5.	Vhodnost metodiky řešení	A
6.	Využití metod zpracování výsledků	B
7.	Interpretace výsledků, diskuze	B
8.	Formální úprava práce	A
9.	Přístup řešitele k řešení úkolu	A

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Teoretická část závěrečné práce je dobře zpracovaná, naplňuje autorkou stanovené cíle pro teoretickou část práce. I když počet využitých odborných zdrojů je poměrně nízký (12), autorka s nimi velmi dobře pracuje. V jednotlivých kapitolách a podkapitolách dokáže výstižně využít odborných poznatků uváděných jednotlivými autory v souvislosti se zpracovávaným tématem. Kladně hodnotím úvahy nad jejich názory a snahu o jejich vzájemné srovnání. Na tomto základě teoretická část práce nabízí výstižný vhled do problematiky marketingového řízení škol.

Formulace cíle pro praktickou část není úplně přesná, protože tématem práce je Marketingová koncepce vybrané střední školy a autorka, při formulaci cíle mluví jen o zjišťování marketingových nástrojů, které jsou významnou součástí marketingové koncepce, ale především plní funkci prostředku k naplnění konkrétní marketingové koncepce.

Dále bych doporučovala celé znění rozhovoru uskutečněného s pracovníkem odpovědným za marketingovou koncepci školy vložit do příloh a v textu práce provést jeho rozbor se zaměřením na výsledky, které z toho vyplývají.

Výsledky z dotazníku jsou dobře zpracovány prostřednictvím přehledných grafů. U jednotlivých grafů bych však doporučovala autorce rozhodnout se pro použití relativních nebo absolutních čísel, neboť obojí použití působí poněkud matoucím dojmem.

V kapitole 6, která je nazvaná Diskuze a srovnání výsledků, jsou zjištěné výsledky podrobně rozebrány. Autorce se dobře daří srovnat poznatky získané od žáků s informacemi od pracovníka odpovědného za

marketingovou koncepcí školy. Tady bych však doporučila provést srovnání i s poznatky, které jsou uvedeny v teoretické části práce.

Otázky k obhajobě:

1. Vysvětlíte rozdíl mezi tradiční školní koncepcí a marketingovou koncepcí školy.
2. Jak konkrétně byste podpořila formy propagace školy, které žáci málo nebo téměř vůbec nesledují?
3. Uveďte možnosti konkrétní spolupráce s absolventy škol?

Závěr: Závěrečnou práci **doporučuji k obhajobě.**

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **A**

Datum: 12. 06. 2015

Ing. Marie Horáčková, Ph.D.
vedoucí práce