

**Univerzita Hradec Králové**  
**Pedagogická fakulta**  
**Katedra pedagogiky a psychologie**

**Hodnocení bakalářské práce**

**Jméno autora:** Jakub Šudoma  
**Název práce:** Marketingové aktivity školy jako nástroj náboru žáků  
**Jméno vedoucího práce:** Mgr. Carmen Simonová  
**Jméno oponenta práce:** doc. PhDr. PaedDr. Kamil Janiš, CSc.

**Celkové zaměření práce:** teoreticko-prakticky  
**Jazyková a stylistická úroveň:** odpovídající  
**Formální stránka:** bez připomínek  
**Rozsah:** cca 50 stran (včetně příloh)  
**Využitelnost pro praxi:** průměrná  
**Splnění cíle práce:** ano

**Konkrétní náměty, připomínky a otázky vyžadující případné doplnění u obhajoby:**

Předložená bakalářská práce se zabývá problematikou marketingové aktivity školy, jako jsou nástroje náboru žáků (viz název). Důležitost tématu úzce souvisí s klesající demografickou křivkou. V úvodní části (str. 9) autor nastiňuje celkový záměr, kterým je: „*školní trh a marketingová koncepce*“. V každém případě lze konstatovat, že autor prokazuje schopnost se v problematice orientovat, byť ne všechny prezentované informace úzce souvisí s nábořem žáků. Navíc se jedná o vysoce aktuální problém, který v současné demografické situaci přispívá k celkové existenci konkrétních odborných škol.

K nejprínosnějším částem bakalářské práce patří především její praktická část (3.3 *Vlastní průzkum* – str. 28 a dále), která zahrnuje výsledky z realizovaného šetření. Jedná se o zajímavý empirický materiál, který by mohl ve finální podobě pomoci nejen vedení školy, výchovným poradcům, ale v neposlední řadě i samotným rodičům při kariérovém rozhodování svých dětí. Současně nelze přehlédnout celou řadu chyb, jako: např. *smysl neznamená cíl* (str. 28), kvalifikované předpoklady jsou nevhodně naformulované (např. KP2, obdobně i KP4 – většina?!). Záměna pojmů průzkum a výzkum (str. 29). Některé informace jsou zbytečně zdvojené (str. 29). Chybí sjednocení pro označení dotazovaných (dívky, žáci apod.). Do komentářů grafů a tabulek se nepiší věci, které už na první pohled vidím. Nebylo by vhodné vzorek 7 dívek do šetření vůbec nezahrnovat? Předpokládám reakci na dané otázky při obhajobě.

Vzhledem k výše uvedeným poznámkám doporučuji předloženou bakalářskou práci postoupit k obhajobě.

**Při obhajobě bakalářské práce je zapotřebí odpovědět na následující otázky:**

1. Které zjištění považuje autor za nejvíce překvapující?
2. Existují nějaká specifika pro marketing středních odborných škol a odborných učilišť?

**Návrh výsledného hodnocení:**

V Hradci Králové dne 20. 5. 2015

Doc. PhDr. PaedDr. Kamil Janiš, CSc.