

HODNOCENÍ ZÁVĚREČNÉ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
 kombinovaného studia oboru Školský management
POSUDEK OPONENTA PRÁCE

| | |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Autor práce: Mgr. Eva Hegyiová | Oponent práce: Ing. Lucie Paulovčáková, Ph.D., MBA |
| Název závěrečné práce: Marketing a image školy | |

| Indikátory kvality závěrečné práce | | rozhodně ano | spíše ano | spíše ne | rozhodně ne |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------|----------|-------------|
| Znak | | | | | |
| Označte X , zda předložená práce obsahuje níže uvedené znaky. <i>Pokud nebudou obsaženy klíčové znaky A2, A3, B1, B3, F1, práce by neměla být doporučena k obhajobě.</i> | | | | | |
| A Obecné | | | | | |
| A1 | Jazyková úroveň (dodržení odborného stylu práce, gramatika, stylistika) | | | x | |
| A2 | Dodržení stanoveného rozsahu | x | | | |
| A3 | Dodržení ostatních obligatorních požadavků (viz Opatření děkana č. 38/2020, včetně platných příloh) | | | x | |
| B Úvodní část | | | | | |
| B1 | Zřetelné vymezení do oblasti studovaného oboru | | x | | |
| B2 | Jasná formulace tématu a cíle práce (Co má být ověřeno, zjištěno, čeho má být dosaženo, co nového chce autor zjistit?) Charakteristika cíle (SMART) | | | x | |
| B3 | Objektivní analýza z oblasti řízení ve školství, nikoli shrnutí subjektivních zkušeností z vlastní praxe | | | x | |
| C Dosavadní řešení problému | | | | | |
| C1 | Přehled názorů vztahujících se k danému tématu na základě studia odborné literatury | | | x | |
| C2 | Relevantní odkazy na odbornou literaturu | | | x | |
| C3 | Zřetelné rozlišení autorského textu a citací (doslovných i parafrází) | | | x | |
| D Výzkumná část | | | | | |
| D1 | Zřejmý vztah k tématu a cíli práce | | x | | |
| D2 | Stanovení výzkumného problému. Správná formulace výzkumných otázek a tvrzení, popř. hypotéz (pokud typ výzkumného problému umožňuje hypotézy formulovat) | | | | x |
| D3 | Vhodné výzkumné metody a nástroje | | x | | |
| E Analytická část | | | | | |
| E1 | Kvalitní analýza získaných faktů a údajů | | | x | |
| E2 | Kvalitní interpretace zjištěných výsledků | | | | x |
| E3 | Zpracování vhodných doporučení a uvedení výstupů práce | | x | | |
| F Závěry. Přínos pro studovaný obor | | | | | |
| F1 | Zhodnocení míry dosažení stanoveného cíle práce | | | x | |
| F2 | Shrnutí hlavních myšlenek celého textu | | | x | |
| F3 | Adresné vyjádření o využití práce | | x | | |
| F4 | Využitelnost pro oblast řízení ve školství – školský management. Jde skutečně o odborně fundovaný materiál vedoucí k rozvoji určitého úseku řízení školy či školství | | | x | |

Klady práce:

- Bakalářská práce je zaměřena na zajímavé a nosné téma v oblasti školství, autorka předkládá metody měření image.

Nedostatky práce:

- Formální nedostatky – chybí očíslování stran, v práci se vyskytují překlepy (např. na s. 10, 41, 60), nevhodně je při psaní textu zvolena 1. os. mn. č., jinde v textu je využita 1. os. j. č. (např. s. 13), nesprávně jsou v textu uvedeny citace (u autorů, a to např. na s. 13, 20, 23, 25, v podkapitole 2.3 mimo školského zákona), 2.5 až 2.7, 3.4 jsou zcela bez citací apod., citovaný text není uvedený kurzívou (např. s. 11), citovaný zdroj někde není uvedený vůbec (např. s. 13 – Kotler, s. 21 apod.), nesprávné citování v seznamu zdrojů, druhá kapitola není uvedena na samostatné straně, za číslem kapitoly se neuvádí tečka (s. 23).
- V abstraktu je uvedeno chybně příkladová studie, klíčová slova nejsou řazena dle abecedy.
- V obsahu bakalářské práce chybí název druhé kapitoly. Složky image ve druhé kapitole většinou nekorespondují se zkoumanými aspekty ve čtvrté kapitole. Teoretická část tak zcela nevytváří kompatibilní oporu pro výzkumnou/praktickou část.
- Na s. 10 dokumentu je toto tvrzení: „... dokázat, že image a marketing a jeho působení spolu úzce souvisí.“ Čím a jak je toto v práci prokázáno?
- V úvodu je konstatováno „... pomocí marketingového mixu byly navrženy kroky ke zlepšení jejího image.“ Nejsou zde zahrnuty ještě další aspekty, které kromě marketingového mixu mají vliv na image školy.
- V úvodu je nejednotně používán pojem výzkumná a praktická část.
- Nejasně, resp. zmatečně je formulovaný cíl práce v úvodu. Popisovat techniky a marketingovou komunikaci, dokazovat, že image a marketing spolu úzce souvisí není zcela vypovídající cíl bakalářské práce, navíc je zde zmíněna ještě kvalita. Není tedy odpovídajícím způsobem uchopena problematika navazující na název práce.
- Autorka v úvodu své práce píše, že bude dokazovat souvislost mezi image a marketingem, v dalším odstavci, že bude dokazovat souvislost mezi image a marketingovou komunikací. Plán zlepšení je v 4.3.1 zpracován aplikací do marketingového mixu. Toto je opět pojmově nejasně, nejednoznačně uchopené.
- Na s. 14 chybí jedno typické P u marketingového mixu ve školství, které uvádějí např. Štefko, Světlík a další.
- Úvodní odstavce v podkapitole 1.6 nejsou vhodné do teoretické části.
- Na s. 16 autorka v textu uvádí, že marketingová komunikace má čtyři nástroje, ve výčtu má však jenom tři. Nelze souhlasit ani se čtyřmi nástroji, je jich mnohem více a jsou dohledatelné v řadě zdrojů. Na s. 26 je snaha definovat kulturu školy, v odstavci je však pojednávána i identita, která je níže uvedena samostatně. Autorka se ne zcela orientuje v odborných pojmech, teoretická část působí chaoticky.
- Ve výzkumné části chybí v jejím úvodu popis výzkumného šetření, zvolená metodika vlastního šetření.
- 4.1.2 – nepodložený osobní názor.
- 4.1.3 – vhodnější by byl název obsahující slovo „analýza“. Vhodné by bylo využít analýzu v názvech dalších sledovaných aspektů.

- 4.1.3.5 – k analýze webových stránek mohla být využita např. tabulka z webu scoolweb.cz (kritéria dobrého webu).
- 4.1.3.8 – v textu uvedeno: „... velké mezery jsou bohužel v nabídce stravování.“ Z čeho konkrétně tento závěr vyplývá však uvedeno není.
- 4.1.5 – nevhodný název, není jasné, z jaké konkrétní analýzy byl obrázek doplněn, v textu toto autorka nezmiňuje.
- U 4.1.3.8 autorka uvádí dílčí závěr, u 4.1.4 nikoliv, z čehož vyplývá nejednotnost a nesystematičnost výstupů.
- Na s. 71 v 4.3 mohl být uvedený zdroj oblastí, a to dokument ČŠI.
- Body v 4.3 a 4.3.1 nejsou kompatibilní.
- Nejsou stanoveny výzkumné otázky.

Autorka se ne zcela orientuje v odborných pojmech a nesprávně je cituje. Bakalářská práce tím působí nejednotně, chaoticky a velmi těžko tak naplňuje požadavek správně uchopených a formulovaných východisek zpracovávaného tématu. Ve výzkumné části chybí popis vlastního výzkumného šetření/metodika výzkumného šetření, ve výstupech nejsou specifikovány počty osob na nich se podílejících (např. vlastní SWOT analýza), některé závěry nejsou podloženy, vyznívají jako osobní domněnky či hodnocení autorky. Výstupy šetření pocházejí z poměrně dlouhého období, z let 2017 až 2020. Práci by prospělo systematictější zpracování.

Vzala jsem na vědomí obsah Protokolu o vyhodnocení závěrečné práce ze dne 16. července 2021. Shoda je menší než 5 %.

Hodnocení práce: Práce nesplňuje požadavky kladené na daný typ práce v oboru Školský management.

Doporučení a otázky pro obhajobu:

1. Jaký rozdíl vnímáte mezi pojmy marketing, marketingová komunikace a marketingový mix?
2. Jak byste lépe specifikovala cíl Vaší bakalářské práce a jaké výzkumné otázky byste stanovila?
3. Na jakém základě jste vytvořila dílčí závěr u 4.1.3.8?
4. Na jakém konkrétním základě vznikla navržená opatření v 4.3.1? Z jakých konkrétních analýz opatření vyplývají?

V Praze 6. srpna 2021

Ing. Lucie Paulovčáková, Ph.D., MBA
Jméno, příjmení