



Oponentský posudek diplomové práce

Název práce: **Marketingový plán rozvoje pečovatelské služby
Doksy**
Jméno studenta: Bc. Ilona Jakoubková
Program: Magisterský program RS UK FHS v Praze
Zaměření studia: Řízení
Posudek vypracoval: Mgr. Pavel Rivola

Formální stránka práce:

Práce po formální stránce splňuje body a náležitosti předepsanou FHS UK. Práce obsahuje titulní stranu, prohlášení, abstrakt, úplný obsah, projekt diplomové práce v příloze.

Délka magisterské práce:

Délka základního textu je 94 normostran, 137 normostran včetně bibliografie a příloh. Práce mírně překračuje požadovanou normu.

Cíl práce:

Cíl práce je v abstraktu magisterské práci jasně definován. Definice cíle je stanovena také v projektu diplomové práce, kde je však více schován v textu a je nutné se k němu tzv. dočíst.

Popis použité metodiky a výzkum:

Diplomant zvolil pro svůj marketingový výzkum kvantitativní metody výzkumu. Ukázal tak nejen na teoretickou znalost, ale i praktickou. Kvantitativní výzkum je cílen na zjištění spokojenosti klientů s poskytovanými službami a současně jejich aktuálních potřeb. Výzkum uživateli nabízí zajímavé informace, které může využít pro zkvalitnění služby příspěvkové organizace.

Osobně bych však lehce vytknul větší množství použitých dotazů v dotazníku, které mohli být pro cílový segment svým množstvím unavující, či pro některé odrazující.

Závěry diplomové práce:

Závěr práce pouze obecně shrnuje témata, která byla rozebrána při psaní této práce. Osobně bych uvítal, kdyby závěr vyústil v shrnutí hlavních myšlenek, závěrů a základních minimálních doporučení, které tato zajímavá práce jistě přináší studentům, kteří se o dané téma zajímají, či příspěvkové organizaci Domov pro seniory Doksy.



Práce s literaturou:

Práce s literaturou je v pořádku. Diplomant práci s literaturou a zdroji zvládá. Více práce se zahraniční literaturou by určitě diplomovou práci více zatraktivnilo.

Celkové zhodnocení diplomové práce:

Diplomová práce má dobrou vizuální úpravu a jasně strukturovanou podobu. Práce je přehledná a srozumitelná. Musím ocenit práci, kterou si diplomant jistě s touto diplomovou prací dal a je znát, že se snaží naplnit své stanovené cíle z projektu diplomové práce co nejlépe.

Oceňuji taktéž využití PESTEL analýzy a Porterova pětifaktorového modelu pro analýzu makro a mikrookolí a taky konkrétnost jak při zmíněných analýzách, tak při vyhotovování SWOT analýzy. Chválím také využití KFÚ v závěru práce i stanovení marketingových cílů.

Osobně nerozumím proč součástí „marketingového plánu“ (v části 5, praktická část) není část „marketingové cíle“ (stanovené i na základě výsledků z marketingového výzkumu), „doporučení marketingové strategie“, KFÚ, SWOT, aj., ale pouze tzv. „akční plán“, pokud platí např. slova Kotlera, ze str. 13, kde se uvádí, že marketingový plán obsahuje tyto kroky: „*situační analýzu, cíle strategie, taktické kroky, rozpočet a kontrolu*“.

Je poněkud škoda, že se v práci neobjevily občasné polemiky s teoriemi a hypotézami z oblasti marketingu a příspěvkových organizací, v duchu daného tématu a jejich uvádění do souvislosti s činností vybrané příspěvkové organizace.

Nicméně, práce je zajímavá. Celkově je na práci diplomanta vidět, že se snaží tento obor uchopit co nejlépe. Práce splnila svůj cíl.

Doporučení:

DOPORUČUJI k obhajobě magisterskou diplomovou práci „*Marketingový plán rozvoje pečovatelské služby Doksy*“ a klasifikuji ji **VELMI DOBŘE**.

Otázky pro diplomanta (při obhajobě):

1. Jaké jsou zásadní rozdíly mezi Public Relations a reklamou? Na co klade důraz PR a na co reklama? Jaké jsou rizika? A který komunikační kanál (PR/Reklama) by se pro zmíněnou organizaci více hodil?
2. S čím nejvíce souvisí spokojenost klientů? Se samostatnou kvalitou služby, či tzv. konvencí, a proč?
3. Vysvětlete na příkladech z Vašeho oboru (vzdělávání v rozvojových zemích) jednotlivé charakteristiky vlastností služeb.