

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: Jan Vorba

Téma práce: Marketing a personální podmínky v lyžařských školách v ČR

Cíl práce: Zjistit silné a slabé stránky velké a malé lyžařské školy, navrhnout opatření ke zlepšení stávající situace

1. Náročnost tématu na:

	průměrné	nadprůměrné
- teoretické znalosti	✓	
- vstupní údaje a jejich zpracování		✓
- použité metody	✓	

2. Kritéria hodnocení práce:

	stupeň hodnocení			
	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující
stupeň splnění cíle práce		✓		
samostatnost posluchače při zpracování tématu	✓			
logická stavba práce		✓		
práce s literaturou včetně citací	✓			
adekvátnost použitých metod	✓			
hloubka provedené analýzy ve vztahu k tématu		✓		
úprava práce (text, grafy, tabulky)			✓	
stylistická úroveň			✓	

3. Využitelnost výsledků práce v praxi, příp. teorie:

průměrná	nadprůměrná
✓	

4. Připomínky a otázky k zodpovězení při obhajobě:

V úvodu práce diplomant stručně a velmi srozumitelně vydefinoval základní pojmy z oblasti lyžařských škol a popsal základy jejich fungování. Stručně se zmínil o lyžařských licencích. Zmínka o licencích byla uvedena správně, neboť právě kvalita učitelů lyžování významným způsobem ovlivňuje kvalitu služeb poskytovaných v lyžařských školách. Velká část je věnována i organizacím, ve kterých jsou sdružovány lyžařské školy, resp. profesionální učitelé lyžování. Kladně lze hodnotit i stručnou zmínku o historii lyžařských škol v České republice.

V teoretické části se diplomat zabýval pojetím a cíly marketingu a zaměřil se především na specifika marketingu v oblasti poskytování služeb. V této části diplomant prokázal velmi dobrý přehled o problematice a nadprůměrnou schopnost pracovat s literaturou. O personalistice (vzhledem k rozsahu marketingové části) uvedl diplomant jen krátkou zmínku.

Diplomat pro splnění cíle zvolil vhodné metody. Zejména informace z rozhovoru s PaedDr. Liborem Knotem byly pro diplomovou práci nejpřínosnější. Je však otázkou, zda SWOT analýza neměla být provedena na větším počtu lyžařských škol tak, aby závěry diplomové práce mohly být využity na celý trh tvořený organizacemi, které poskytují výuku lyžování. Je škoda, že diplomant neprovedl úplnou SWOT analýzu, tj. nezajímal se i o hrozby a příležitosti lyžařských škol.

Z diplomové práce je zřejmé, že problematika lyžařských škol a poskytování služeb v tomto oboru je diplomantovi blízká. Ten však měl více prostoru věnovat i personální problematice. Převažuje zaměření na marketing.

Po formální, stylistické a grafické stránce je práce na průměrné úrovni. Za velmi nevyhovující považuji používání zkratk „l.š.“ (lyžařská škola) nebo „Š.M.“ (Špindlerův Mlýn), a to aniž by bylo v textu uvedeno, že tato zkratka bude v práci používána.

Otázky oponenta:

- 1) V teoretické části se diplomat zmínil o nutnosti (potřebě) udržet si zákazníky. Co by doporučil lyžařským školám, aby si udržely, resp. aby si ročně zachovaly minimálně stejný počet zákazníků? Doporučil by lyžařským školám využívat Public relations po celý rok?
- 2) Firmy poskytující služby často stojí před úkolem zvýšit konkurenční diferenciaci. Co by diplomant navrhnul lyžařské škole, aby se odlišila od konkurence.
- 3) Nebyla by změna loga pro velkou lyžařskou školu velkým rizikem? Jaký postup by diplomant navrhnul, aby riziko bylo sníženo?
- 4) Jako zákazník by diplomat dal přednost velké nebo malé lyžařské škole? Zdůvodněte výběr.

5. Práce je –není doporučena k obhajobě.

Práce svým rozsahem, formou i obsahem splňuje nároky kladené na práci diplomovou a doporučuji ji k obhajobě s předběžným hodnocením (v závislosti na průběhu obhajoby) velmi dobrá až dobrá.

6. Navržený klasifikační stupeň:

2

10. 9. 2006 ; PRAHA
datum a místo vyhotovení posudku

Speier
podpis oponenta diplomové práce