



HODNOCENÍ OPONENTA MAGISTERSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: **Bc. Lucie Koupená, DiS.**
Jméno a příjmení oponenta: **Mgr. Bc. Pavel Rivola, DiS.**
Název diplomové práce: **Marketing vzdělávacích služeb pro specifického uživatele**

Formální stránka práce:

Práce po formální stránce splňuje body a náležitosti předepsané FHS UK. Práce obsahuje titulní stranu, prohlášení, anotaci, úplný obsah, projekt diplomové práce.

Navrhují: **3 kredity**

Délka magisterské práce:

Délka základního textu je 90 normostran, tedy vyhovuje požadované normě.

Navrhují: **3 kredity**

Cíl práce:

Je sice definován, ale mísí se v úvodu s důkladným rozбором problému vzdělávání handicapových. Samotný cíl práce, marketing vzdělávacích zařízení, se v tomto rozboru poněkud ztrácí. Přestože je to důležitá část práce, není cíl podán dosti razantně.

Navrhují: **2 kredity**

Popis použité metodiky a výzkum:

Diplomant zvolil celou škálu výzkumných metod, které se využívají v marketingovém výzkumu. Ukázal tak nejen na teoretickou znalost, ale i na praktickou.

Volba výzkumných oblastí se však více vztahuje na kvalitu služeb, než na samotný marketing. Chybí zde přehled připravených otázek pro účastníky výzkumu. Současně nemohu zhodnotit nakolik jsou odpovědi účastníků výzkumu validní a závazné. Není totiž čtenáři známo, zda účastníci výzkumu znají, co se konkrétně pod pojmem marketing ukrývá a zda rozumí, kam svými otázkami diplomant míří.

Navrhují: **2 kredity**

Závěry diplomové práce:

Závěr teoretické části v bodě 2.3. podává diplomantka poněkud obecněji. Chybí mě vlastní názor, či vlastní teorie o tom co je marketing vzdělávacích služeb pro specifického uživatele, co je jeho podstatou, v čem je jeho specifikum. Bohužel se odpověď na tuto otázku nedozvídáme ani v celkovém závěru práce, v bodě 4. Závěry i následná doporučení jsou příliš obecné.

Navrhují: **1 kredit**

Práce s literaturou:

Práce s literaturou je v pořádku. Diplomant práci s literaturou a zdroji zvládá.

Navrhují: **3 kredity**



Řízení a supervize
v sociálních a zdravotnických zařízeních

Celkové zhodnocení diplomové práce:

Diplomová práce „Marketing vzdělávacích služeb pro specifického uživatele“ má dobrou vizuální úpravu. Musím ocenit práci, kterou si diplomant jistě s touto diplomovou prací dal. Využívá k ní spousty literatury a je znát, že se snaží naplnit své stanovené cíle co nejlépe.

Musím však konstatovat i drobné nedostatky diplomové práce. Práce podává teoretické podklady marketingu, které jsou sestaveny do textu, který poněkud připomíná slovník marketingu. Některé texty a odstavce tak postrádají vzájemnou propojenost a ucelenost. Osobně bych viděl zvýšení přínosu práce, pokud by diplomant teorii marketingu více propojil s konkrétními příklady, z oblasti vzdělávacích zařízení. To mi zde bohužel chybí. Jistě by bylo zajímavé, pokud by současně diplomant dokázal propojit výsledky svého výzkumu s teoretickou částí práce.

Jako čtenář bych současně uvítal vysvětlení, z jakého důvodu zařazuje diplomant ve své práci bod 2.1. před teorií marketingu. Jedná se o cílový segment marketingu této práce? Proč se tedy tomuto segmentu věnuje právě v této části diplomové práce a nikoliv až po obecné teorii marketingu? atd.

Popis a průběh samotného výzkumu je zajímavý a jistě stál diplomantku čas a energii. Je skutečně zajímavé číst jednotlivé vyjádření účastníků výzkumu k některým kladeným otázkám.

Jak již jsem ale uvedl v části hodnotící použité metodiku a výzkum: volba výzkumných oblastí se více vztahuje na kvalitu služeb, než na samotný marketing. Současně neznám, zda účastníci výzkumu hodnotící stav marketingu ve vybraných vzdělávacích zařízeních skutečně znají, co se ukrývá pod pojmem marketing. Vyvozování závěrů z odpovědí účastníků výzkumu, ohledně marketingové situace ZŠ a MŠ Vysoký Chlumeck, vyžaduje proto větší opatrnost. Bylo by zajímavé číst výsledky jejich odpovědí spolu s odpovědí na otázku: „Co si představují pod pojmem marketing vzdělávacích zařízení a čemu by měl v jejich případě sloužit?“

Celkově je však na práci diplomanta vidět, že se snaží tento složitý obor uchopit co nejlépe.

Navrhuji: **5 kreditů**

Doporučení:

Na základě udělených kreditů doporučuji k obhajobě magisterskou diplomovou práci „Marketing vzdělávacích služeb pro specifického uživatele“, klasifikuji ji velmi dobře a hodnotím ji 19 kredity.

Otázky pro diplomanta (při obhajobě):

1. Jaké jsou hlavní cíle marketingového řízení organizací poskytující vzdělávací služby?
2. Jaké jsou konkrétní odlišnosti firemního marketingu a marketingu organizací poskytující vzdělávací služby? V čem se liší a v čem jsou podobné?
3. Jaké nástroje by použila pro kontrolu efektivity marketingové činnosti v organizacích poskytující vzdělávacích služeb? Z jakého důvodu by je diplomant použil?

V Praze, dne 15.6.2008