

## Hodnocení vedoucího diplomové práce

**Název diplomové práce:** Marketing vzdělávacích služeb pro specifické uživatele  
**Autorka práce:** Bc. Lucie Koupená, DiS.

Většina současných základních škol se musí vyrovnávat se stejnými společenskými jevy, které charakterizují naši současnost. Mezi ty hlavní patří: pokračující stěhování obyvatel do měst, celkový úbytek počtu žáků, vzrůstající počet žáků navštěvujících soukromé školy, prohlubující se sociální rozdíly mezi obyvateli apod. Je logické, že těmto společenským jevům mohou stávající školy, má-li být zachována jejich existence, čelit jediným způsobem a to výrazným zvýšením kvality vzdělávání na jedné straně, a rozšířením poskytovaných vzdělávacích služeb na straně druhé.

Diplomová práce Bc. Lucie Koupené, DiS dokládá, že změna fungování školy je možná. Ukazuje také, že není proveditelná bez podpory zřizovatele, ochoty vedení školy a výrazného zapojení rodičovské veřejnosti. Provedení této změny však není možné bez rozšíření spektra manažerských činností, kterým se někdo z vedení školy musí začít systematicky věnovat. Jednou z takových činností je i marketing.

Co marketing je a jakým způsobem by jej měl do svého provozu integrovat školní management autorka popisuje v teoretické části diplomové práce. Kromě tohoto, ústředního tématu, se také zabývá rozborem stavu vzdělávací politiky pro zdravotně a mentálně postižené žáky. Zařazení tohoto tématu do diplomové práce považují za jednu z jejích silných stránek. Druhou silnou stránkou je komplexnost použitých výzkumných metod, které Lucie Koupená použila při analyzování stavu marketingu v základní a mateřské škole Vysoký Chlumec. Díky množství aplikovaných metod a způsobu jejich použití autorka čtenáři nabízí rozsáhlý a plastický obrázek momentálního stavu marketingu, ze kterého vychází při formulování svých doporučení. S většinou doporučení je, na základě předložených informací, možné souhlasit. Výhrady vzbuzuje především doporučení, popisované v kapitole 3.7.1. Zde autorka navrhuje přenos odpovědnosti za výkonovou složku marketingu na členy občanského sdružení, tedy na samostatný subjekt, sice se školou úzce spolupracující, ale tvořený z rodičů žáků školy. Z popisu tohoto subjektu není zřejmé, zda některý z členů sdružení je schopen tuto roli na sebe vzít, a zda má k naplnění s rolí spojených očekávání potřebnou kvalifikaci a kapacitu.

Kromě dříve zmíněných pozitiv bych rád vyzdvihl autorčinu cílevědomost, dále pak její svědomitý přístup k psaní diplomové práce a řádné dodržování všech dohodnutých termínů.

### Otázka k obhajobě diplomové práce:

- a) Jaká rizika v sobě skrývá delegování odpovědnosti za provádění marketingu na občanské sdružení? Prováděla jste při formulaci tohoto doporučení analýzu rizik? Pokud ano, s jakým výsledkem a jak jste se rozhodla definovaná rizika eliminovat, respektive řídit?

### Závěrem tohoto hodnocení je možné prohlásit, že:

Diplomová práce, Marketing vzdělávacích služeb pro specifické uživatele, podle mého názoru splňuje nezbytné požadavky a lze ji klasifikovat stupněm velmi dobře.

V Praze 20. června 2008

Hodnocení zpracoval: Mgr. Petr Vrzáček