

HODNOCENÍ ZÁVĚREČNÉ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

kombinovaného studia oboru Školský management

POSUDEK OPONENTA

Autor práce: Aleš Hajíček, DiS.	Oponent: PhDr. Václav Trojan, Ph.D.
Název závěrečné práce: Marketing základní umělecké školy	

Indikátory kvality závěrečné práce Pomocný rejstřík pro hodnocení závěrečných prací. Označte X, zda předložená práce obsahuje níže uvedené znaky. <i>Pokud nebudou obsaženy klíčové znaky A1, A2, práce by neměla být doporučena k obhajobě.</i>		neobsahuje	obsahuje částečně	obsahuje
Znak				
A	Klíčové znaky; úvodní část			
A1	Zřetelné vymezení do oblasti školského managementu. (Kterých řídicích funkcí se to týká? Kterých oblastí manažerské práce?)		X	
A2	Závěrečná práce „přesahuje hranice“ jedné konkrétní školy. Jde o objektivní analýzu z oblasti řízení ve školství (nikoli o shrnutí subjekt. zkušeností z vlastní praxe, popis jednoho projektu atd.).			X
A3	Jasná a zřetelná formulace tématu a cíle práce. (Co má být ověřeno, zjištěno, čeho má být dosaženo, co nového chce autor zjistit?)			X
B	Dosavadní řešení problému			
B1	Práce obsahuje přehled názorů vztahujících se k danému tématu na základě odborné literatury; akcent na manažerskou literaturu. (Přiměřený rozsah použitých zdrojů včetně internetu.)			X
B2	Jsou uvedeny odkazy na odbornou literaturu.			X
B3	Je zřetelné, kde jde o autorský text a kde o kompilaci; kompilace má hodnotící nadhled, nejde o mechanické výpisky z literatury.		X	
C	Výzkumná část			
C1	Výzkumná část se vztahuje k tématu a cíli práce.			X
C2	Stanovení výzkumného problému. Správná formulace hypotéz (pokud typ výzkumného problému umožňuje hypotézy formulovat).		X	
C3	Byly použity vhodné výzkumné metody a nástroje.		X	
D	Analytická část			
D1	Je provedena kvalitní analýza získaných faktů a údajů.			X
D2	Interpretace zjištěných výsledků je dostatečně analytická, nejde jen o komentované vyjádření číselných údajů.		X	
D3	Interpretace výzkumu umožňuje zpracování závěrů, doporučení, výstupů práce.		X	
E	Závěry. Přínos pro sféru řízení			
E1	Závěrečná část hodnotí, zda bylo dosaženo stanoveného cíle práce (viz A3). (Závěr práce není redukován jen na výsledky a interpretaci výzkumu, na potvrzení či vyvrácení hypotéz.)			X
E2	Výstupem práce je materiál využitelný pro řízení ve školství: doporučení, návrhy, metodické postupy, příručka, manuál, vymezení rizik...			X
E3	Práce obsahuje adresné vyjádření, kde a jak ji lze využít v práci řídicího pracovníka.		X	
E4	Výstup práce je obecně využitelný pro oblast řízení ve školství – školský management. Jde skutečně o odborně fundovaný materiál vedoucí k rozvoji určitého úseku řízení školství.		X	
F	Prezentace (formální úroveň práce)			
F1	Úplnost obligátních náležitostí – jazyková úroveň, dodržení formálních náležitostí a struktury (titulní list, čestné prohl., resumé, klíčová slova, obsah...), grafická a typografická úroveň práce...			X
F2	Resumé obsahuje stručný souhrn řešených a zjištěných skutečností (nikoliv zkrácený obsah).			X
F3	Bibliografie dle platné normy.			X

Klady práce:

Autor závěrečné bakalářské práce zvolil metodicky správný postup, pilotně ověřil svůj dotazník na 20 ZUŠ. Práce je logicky členěna, v úvodu jsou správně stanoveny cíle celé závěrečné bakalářské práce a cíle výzkumu. V závěru práce jsou srovnány výsledky práce a závěrečná tvrzení s úvodem, obě části práce jsou v souladu.

Práce může ostatním zájemcům o danou problematiku se orientovat a inspirovat, což považuji za důležité zejména v oblasti ZUŠ, kde je patrná častá tendence podceňování marketingových a manažerských principů.

Nedostatky práce:

(Nedostatky práce korespondují s absencí požadovaných znaků; konkretizujte pro text práce.)

Práce často sklouzává do obecné roviny. Autor nesprávně použil termín hypotéza (str. 34), v tomto případě se o hypotézy nejedná. Navíc tvrzení č. 4 není smysluplně sestavené (trh reaguje na změny prostřednictvím trhu...). V práci se objevují stylistické a terminologické nepřesnosti.

Práce má příliš obecně pojatý závěr.

Práci k obhajobě

doporučuji s výhradami

Doporučení a otázky pro obhajobu:

1. Kterou konkrétní literaturu doporučíte řediteli ZUŠ – zájemci o uvedenou problematiku, z jakého konkrétního důvodu, připravte příklady z textu.
2. Ve které oblasti marketingu ZUŠ cítíte největší rezervy, navrhněte řešení.

V Praze dne 14. května 2010

PhDr. Václav Trojan, Ph.D.