

**Posudek vedoucího bakalářské práce A. Švandové: „Marketing neziskových organizací se zaměřením na marketingovou komunikaci Nadace Naše dítě“**

Neziskové organizace jsou součástí našeho společenského života a jejich financování, především u nestátních organizací, představuje trvalý problém. Kolegyně Švandová se v bakalářské práci zabývá marketingovou komunikací těchto organizací, protože jde o hlavní prostředek, který jim umožňuje získat potřebné prostředky na provoz.

Práce je rozdělena do tří částí, jejichž zaměření je v souladu s cílem autorky (str. 8). Marketingová komunikace nejdříve objasněna z teoretického hlediska, následně je popsán marketing neziskových organizací a v případové studii je prezentována „známost“ Nadace Naše dítě (místo její marketingové komunikace). Rámec výkladu je pojatý extenzivně, což potvrzuje zařazení části 2.1 (vymezení a funkce neziskového sektoru). Jde o projev uvažování bakalantky, která se snaží vykládat problémy „z gruntu“ (od jejich základů). Výklad marketingu nestátních neziskových organizací (část 2.2) sice obsahuje dvě hlavní cílové skupiny – uživatele a donátory, ale jeho specifika jsou jen naznačena (část 2.2.5). Úloze nositelů marketingu nestátních neziskových organizací, jejich personálu, je věnována jen okrajová pozornost.

Práce byla dokončována ve spěchu, což se projevilo i v její formální úrovni. Případová studie byla předložena ke konzultaci až těsně před odevzdáním práce. Zároveň je třeba upozornit na to, že A. Švandová na tématu pracovala poměrně dlouhou dobu, což potvrzuje počet konzultací.

Bakalářská práce nepředstavuje konzistentní celek a do značné míry jde o tři relativně samostatné části, které spojuje analyzované téma. A. Švandová zvládla vyložit zadaný problém na takové úrovni, že je možné její bakalářskou práci doporučit k obhajobě.

Praha 2. 9. 2013

doc. ing. Josef Vlček, CSc.

Doplňující otázky:

- Které nástroje komunikačního mixu používá Nadace Naše dítě nejčastěji a s jakým úspěchem? (uved'te příklad)
- Jakým způsobem je připravována komunikační strategie Nadace Naše dítě, s jakým časovým horizontem a kdo ji nejméně ovlivňuje?