

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
PEDAGOGICKÁ FAKULTA
CENTRUM ŠKOLSKÉHO MANAGEMENTU

HODNOCENÍ ZÁVĚREČNÉ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

kombinovaného studia oboru Školský management

POSUDEK OPONENTA

Autor práce: Ivana Svobodová	Oponent práce: PhDr. Jan Voda, Ph.D.
------------------------------	--------------------------------------

Název závěrečné práce: Marketingové řízení školského zařízení

Indikátory kvality závěrečné práce		1 - rozhodně ano	2 – spíše ano	3 – spíše ne	4 - rozhodně ne
Znak					
Označte X , zda předložená práce obsahuje níže uvedené znaky. <i>Pokud nebudou obsaženy klíčové znaky A1, A3, E1, práce by neměla být doporučena k obhajobě.</i>					
A Klíčové znaky; úvodní část					
A1	Zřetelné vymezení do oblasti studovaného oboru. (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 subjektivních zkušeností z vlastní praxe	X			
A3	Jasná a zřetelná formulace tématu a cíle práce. (Co má být ověřeno, zjištěno, čeho má být dosaženo, co nového chce autor zjistit?) Charakteristika cíle (SMART)		X		
B Dosavadní řešení problému					
B1	Práce obsahuje přehled názorů vztahujících se k danému tématu na základě studia odborné literatury	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 výzkumných otázek a tvrzení, popř. 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 studovaný obor					
E1	Závěrečná část hodnotí, zda bylo dosaženo stanoveného cíle práce (viz A3). (Závěr práce není redukován jen na výsledky a interpretaci výzkumu či tvrzení)	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 školy či školství.		X		
F Prezentace (formální úroveň práce)					
F1	Úplnost obligátních náležitostí – jazyková úroveň, dodržení formálních náležitostí a struktury, grafická a typografická úroveň práce...	X			
F2	Dodržení stanoveného rozsahu	X			
F3	Bibliografie dle platné normy.	X			

Slovní hodnocení práce:

Na rozdíl od základních škol, které mají v naprosté většině případů faktickou jistotu trvalého přísunu žáků z titulu povinné školní docházky, jsou střediska volného času (SVČ) organizacemi, které musejí o účastníky svých akcí aktivně usilovat. Je zřejmé, že vytváření nabídky odpovídající potřebám a zájmům v místě, vyhledávání nových příležitostí, efektivní komunikace, propagace apod. jsou významnými aspekty, které se slučují v tématu marketingového řízení, jež je předmětem bakalářské práce Ivany Svobodové. Toto **téma shledávám velice důležitým**, přesto zůstávám skeptický k pokusům o mechanické převedení teorie podnikového řízení do školského managementu. Pojmy jako „zákazník, trh, produkt“ apod. mi v tomto kontextu znějí nepřirozeně až přehnaně – vždy je nutné mít na paměti, že škola nebo SVČ není podnik ve smyslu hospodářské organizace a v definicích tedy nestačí zaměnit produkt za pedagogické služby a orientaci na zákazníka za uspokojování potřeb žáků. Jakkoli musím ocenit, že **teoretická část práce shrnuje v poctivé kompilaci hlavní poznatky** z oblasti (školního) marketingu, přesto bych uvítal, kdyby autorka pracovala s použitou literaturou více kriticky a odvážně.

Cíl bakalářské práce „*zmapování oblasti tvorby marketingové strategie u školských zařízení – SVČ*“ (s. 44) by asi nebyl dost konkrétní (není jasné, co se míní výrazem „zmapovat“), nebýt dvou výzkumných otázek. Zkoumání procesu tvorby se má v práci soustředit na míru důležitosti informací a druh těchto informací. Zásadní **metodickou potíž** spatřuji právě v širokovýznamovém pojmu „informace“, pod kterým si pravděpodobně každý představí něco jiného. Např. položka „*Informace o demografickém vývoji v regionu*“ může znamenat nejen „porodnost, naplněnost škol“, jak nabízí autorka, ale i další faktory demografické reprodukce, jako např. úmrtnost, nemocnost, sňatečnost/rozvodovost, mobilita atd. Není tedy jednoznačně vymezeno, co je předmětem této položky, což platí stejně tak o „politickém spektru, požadavcích na kvalitu“ apod., vesměs o všech položkách v dotazníku. Obdobně čtyřstupňová **škála důležitosti** (nižší-střední-vysoká-nejvyšší) je **velmi subjektivní** (pro různé osoby bude míra „vysoký“ různá), nehledě na absenci varianty „nulová – nezjišťuji“. Lze tedy konstatovat, že všechny následné statistické procedury, jimiž autorka vyhodnocuje získaná data, už jsou pokřiveny hned v úvodu **nejednotným pojmovým vymezením**, a výzkum nemohl ze své podstaty dospět k objektivním, plnohodnotným nálezům.

Hodnocení práce: Práce splňuje požadavky kladené na daný typ práce v oboru Školský management

Doporučení a otázky pro obhajobu:

1. Zamyslete se nad tím, jaké významové konotace může mít použití výrazu „zákazník“ (spotřebitel, klient...) ve vzdělávání a čím může deformovat pedagogický vztah.
2. Je rozdíl v tom, co lidé o sobě prohlašují, a jaká je objektivní realita. Pokud tedy v dotazníku instruujete respondenty „*Označte položky, které skutečně děláte,*“ nemůžete mít nikdy jistotu, zda odpovídají na otázku pravdivě (nebo se upřímně

domnívají, že tak činí, ale ve skutečnosti nic takového nedělají). Navrhněte způsob, jakým by bylo možné prokazatelně a objektivně zjišťovat, že co respondenti skutečně dělají, bez ohledu na jejich úsudek nebo tendenci vytvářet o sobě lepší obraz.

V Říčanech dne 4. 5. 2015

PhDr. Jan Voda, Ph.D.

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials 'J.V.' followed by a flourish.