UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
PEDAGOGICKÁ FAKULTA

CENTRUM ŠKOLSKÉHO MANAGEMENTU

HODNOCENÍ ZÁVĚREČNÉ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

kombinovaného studia oboru Školský management

POSUDEK OPONENTA

Autor práce: Jitka Jírová	**Oponent práce: PhDr. Michaela Tureckiová, CSc.**

Název závěrečné práce:
Marketingové řízení mateřské školy

Indikátory kvality závěrečné práce Označte **X**, zda předložená práce obsahuje níže uvedené znaky. ***Pokud nebudou obsaženy klíčové znaky A1, A3, E1, práce by neměla být doporučena k obhajobě.***		**1 - rozhodně ano**	**2 – spíše ano**	**3 – spíše ne**	**4 -rozhodně ne**
Znak					
A	**Klíčové znaky; úvodní část**				
A1	**Zřetelné vymezení do oblasti studovaného oboru.** (Kterých řídících 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					
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					
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					
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					
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 řídícího 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			

Hodnocení práce

Posuzovaná bakalářská práce dobře zapadá do rámce studovaného oboru. Bakalantka si vybrala nosné téma marketingového řízení. To je v odborné literatuře dobře zpracované, v kontextu školského managementu však dosud významně méně. Autorkou použité terminologické spojení koncepce školního marketingu (podkapitola 1.3) nepovažuji za vhodné.

V teoretické části využila bakalantka základní prameny, faktická komparace je spíše dílčí. Závěry autorů zdrojové literatury nejsou problematizovány, i když by to právě u publikací, které se zabývají marketingovým řízením v prostředí škol, bylo možné a snad i žádoucí. Vzhledem k cíli práce lze však terminologický přehled, který tvoří základ teoretické části, považovat za dostačující. Jakkoli je tato část práce věnována spíše marketingovému řízení v řízení organizace/mateřské školy, než popisu technik (viz cíl práce, s. 8). Otázkou pro mě zůstává, co měla bakalantka na mysli, když popisovala marketingový výzkum citací z Gavory (viz s. 26).

O dosažení druhé části cíle práce, tj. *"zjistit, jaké nástroje marketingového mixu jsou využívány v prostředí mateřských škol"* (BP, s. 8 a dále), se bakalantka pokusila prostřednictvím výzkumného šetření. V elektronické verzi posuzovaného textu, se kterou jsem pracovala, nejsou uvedeny přílohy, nemohu se tedy vyjádřit k maketě dotazníku, ani k záznamům provedených rozhovorů. Spíše dílčí výhradu mám k formulaci výzkumných otázek - které fakticky otázkami nejsou (viz s. 27 - *"Zjistit, ... ?*). Pominu-li tuto spíše formulační neobratnost, pracovala bakalantka se třemi výzkumnými otázkami. K realizaci a interpretaci výzkumného šetření se vztahují dvě otázky v závěru tohoto posudku. Vzhledem k formulaci cíle práce a "výzkumným otázkám" považuji konstrukci některých položek dotazníku za méně vhodnou. Sporné je samo využití této výzkumné techniky. Samotné zpracování šetření je na velmi dobré úrovni.

Opět spíše dílčí připomínky mám k neuvedení odkazu na zdroje na s. 23 a k vyjádřením na s. 31: *"jejich zdůvodnění není rentabilní"* a *"jejich subjektivní názor může mít objektivní nadhled"*.

Práce odpovídá požadavkům kladeným na uvedený typ kvalifikačních prací a doporučuji ji k obhajobě. Konstatuji ovšem předpokládanou neshodu v tištěné a elektronické verzi práce.

Otázky pro obhajobu:

1. Jak byly vybíráni respondenti pro dotazníkové šetření?
2. K položkám dotazníku č. 6 a 7 - Na základě jakých vstupních informací byly tyto položky formulovány?
3. Na s. 19 píšete, že *"v současnosti se častěji používá mix 4 C, který je sestaven z pohledu zákazníka, nikoli školy a pro školské prostředí je vhodnější"*. Co Vás vedlo k následnému využití marektingového mixu 4/5 P?

V Praze, 22. srpna 2015 PhDr. Michaela Tureckiová, CSc.