

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Kateřina Mattasová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Analýza chování zákazníků v oblasti terciárního vzdělávání

Hodnotitel – oponent: RNDr. Jiří Preis, Ph.D.

Podnik – firma:

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (řešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Velice obsáhlá práce, která místy takřka překračuje rámec diplomové práce. Diplomantka pečlivě pracuje s teorií, a to tak, že někdy až příliš do šířky (např. kapitola Spotřebitel a spotřební chování nebo Teoretická východiska).

Místy se vyskytují drobné nepřesnosti: údaj "porodnost" se obvykle udává v promilích (tedy počet narozených na 1000 obyvatel), nikoliv v absolutních číslech (s. 52), a nebo není zcela jasné, co autorka myslela údajem EU22 (obr. č. 9, s. 49) - možná EU25 nebo EU28?

To vše jsou však marginální nedostatky ve velmi kvalitní a precizní práci, ve které autorka prokázala schopnost získávat měkká i tvrdá data a pracovat s nimi, vyhodnocovat je a syntetizovat.

Práce má praktický rozměr, přináší doporučení pro praktické využití, a to na základě výzkumu v terénu a sběru informací mezi současnými či potenciálními studenty. Některá z nich již jsou/byla realizována v minulých měsících (např. remarketingová reklama, příprava změny webu v souvislosti přechodu ZČU na nové webové rozhraní), některá jsou velmi podnětná a za určitých podmínek realizovatelná (např.

Centrum pro prváky, Studentem na zkoušku nebo Interview s absolventy), některá jsou za současných podmínek realizovatelná velmi obtížně (např. letní kurzy nebo nové studijní obory).

Přesto je jisté, že práce má velký potenciál, a přináší nápady pro rozvoj marketingu a budování image fakulty, a to nejen k diskusi, ale v budoucnu i k praktické realizaci.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jeden z významných podnětů, který se v práci vyskytuje, je zapojení odborníků do výuky. Jak si vysvětlujete zdánlivý rozpor, kdy z dotazníků či rozhovorů je o takovou aktivitu velký zájem, přičemž praxe je taková, že pokud máme na FEKu hosta, je nutné umístit jeho přednášku do běžné výuky, jinak hrozí riziko, že mimo výuku i na zajímavá témata přijde mimnimum zájemců?

Účastníci Vašich průzkumů zmínili i vyšší aktivitu na Facebooku. Jaké další aktivity si myslíte by bylo dobré na Facebook přidat (v současnosti to jsou cca 2-3 příspěvky denně - a to jak aktivity fakulty, události, pozvánky a také nabídky brigád či stáží)?

Co v současné podle Vašeho výzkumu nejvíce pozitivně či negativně ovlivňuje image FEKu? Souvisí podle Vás image FEKu s image ZČU?

Byla byste v budoucnu ochotna pomoci s rozjezdem některé z Vámi navržených aktivit?

V Plzni, dne 21.5.2018

Podpis hodnotitele

