

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Žaneta Hegedüsová
Studijní program: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybrané mateřské školy

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předložená bakalářská práce si klade za cíl zhodnotit stav marketingové komunikace vybrané mateřské školy a navrhnout opatření k jejímu zefektivnění. Cíl i zásady práce byly beze zbytku naplněny. Mateřská škola se řadí mezi neziskové organizace a specifika marketingového řízení neziskových organizací autorka práce představila v teoretické části. Ve stejné struktuře pak naplnila praktickou část. Pro zhodnocení současného stavu marketingové komunikace vybrané mateřské školy využila několik vhodně zvolených analýz včetně dotazníkového šetření mezi zákonnými zástupci dětí umístěných ve vybrané MŠ a analýzy webových stránek. Sebraná data z dotazníkového šetření by mohla být podrobena hlubší analýze a na výsledky kontingencí (např. tab. 4) by mohly být navázány konkrétní návrhy marketingových komunikačních aktivit. Do nástroje marketingového mixu materiálové prostředí bych neřadila prvky marketingové komunikace. Závěry práce jsou využitelné v praxi a mohou posloužit jako návod pro zlepšení marketingové komunikace nejen vybrané mateřské školy, ale i MŠ dalším.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

1) Vaše bakalářská práce se zaměřovala spíše na externí marketingovou komunikaci. Zkuste stručně zhodnotit stav interní marketingové komunikace v rámci vybrané mateřské školy.

V Plzni, dne 16.5.2023

Podpis hodnotitele