

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Marketingový plán organizace
Jméno autora:	Lucie Skvrnová
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Karolína Stránská
Pracoviště oponenta práce:	Knihovna Václava Havla, o.p.s.

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání <i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i> Zadání diplomové práce je na průměrně náročné úrovni.	průměrně náročné
---	-------------------------

Splnění zadání <i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i> Diplomová práce zcela odpovídá zadání	splněno
--	----------------

Zvolený postup řešení <i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i> Diplomová práce se dělí na dvě části. V první se studentka věnuje teorii marketingového plánování a dotýká se též problematiky marketingu specificky v prostředí neziskové organizace. Na toto pak navazuje praktická část, ve které studentka postupuje správně systematicky. Nejprve se věnuje výchozím podmínkám popisované organizace – Knihovny Václava Havla, a poté navrhuje konkrétní marketingový plán. Takový postup představuje logickou strukturu rozboru problematiky.	správný
--	----------------

Odborná úroveň <i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i> Studentka ve své práci prokázala poměrně rozsáhlé nejen teoretické, ale i praktické znalosti klíčové problematiky její diplomové práce – chodu neziskové organizace Knihovna Václava Havla, o.p.s.	A - výborně
---	--------------------

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce <i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i> Formální a jazyková úroveň práce je bez závažnějších nedostatků. Je jasně patrné, kdy autorka formuluje své názory (stručné a srozumitelné) a kdy pouze objasňuje anebo vypočítává fakta.	B - velmi dobře
---	------------------------

Výběr zdrojů, korektnost citací <i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i> Studentka využila dostatečné zdroje informací a studijní materiály a prokázala v práci jejich znalost a porozumění. Citační etika je v souladu s pravidly. Je jasně patrné, kdy autorka formuluje svá stanoviska a kdy pouze objasňuje anebo vypočítává fakta.	A - výborně
---	--------------------

Další komentáře a hodnocení

Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uvedte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

Studentka si sama zvolila problematiku neziskové organizace, kterou dobře zná. Problematika marketingu je v neziskových organizacích často opomíjena, což je velká škoda.

Celkově lze práci hodnotit jako velmi zdařilou. V teoretické části je třeba pozitivně ohodnotit exkurz do obecné problematiky marketingu u neziskové organizace, jakož i důležitou zmínku o fundraisingu (v závěru teoretické části práce) a jeho zásadním významu v prostředí neziskové organizace.

Autorka v diplomové práci prokázala schopnost obecné teoretické znalosti spojit s praktickými. S pracovníky organizace pravidelně svoji práci a její výstupy konzultovala. Velmi dobře porozuměla struktuře organizace, jejímu poslání a vizi. Sama vypracovala statistiku návštěvnosti, která organizaci chyběla. Všechny její návrhy na inovace v prostředí organizace obsažené v Akčním plánu jsou cenné, praktické a dobře využitelné. Některé z nich již organizace zavedla nebo postupně zavádí.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Otázka k obhajobě:

Marketing v neziskové organizaci je jedním z nástrojů potřebných pro úspěšný fundraising. To také zmiňuje studentka ve své práci. Role marketingu je v neziskových společnostech velmi důležitá, role fundraisingu je pro neziskovou organizaci životně důležitá. Doporučuji, aby studentka pohovořila o tom, v čem spočívá zásadní role fundraisingu v neziskové společnosti a jaké činnosti si pod pojmem fundraising představuje.

Datum: 13.9.2017

Podpis:

