

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

| | |
|------------------------------------|--|
| Název práce: | Marketing vybrané neziskové organizace |
| Jméno autora: | Lucie Šimůnková |
| Typ práce: | bakalářská |
| Fakulta/ústav: | Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS) |
| Katedra/ústav: | Odd. manažerských studií |
| Vedoucí práce: | Ing. Petra Králová, Ph.D. |
| Pracoviště vedoucího práce: | Odd. manažerských studií, MÚVS |

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

| | |
|--|-------------------------|
| Zadání | průměrně náročné |
| <p>Autorka definuje cíl své práce následovně: „Cílem práce je upozornit na význam marketingu v oblasti neziskového sektoru, analyzovat jednotlivé marketingové nástroje a ukázat, jakou úlohu hrají v procesu úspěšného naplňování cílů neziskových organizací.“ Autorka explicitně zmiňuje 3 cíle – upozornit na význam marketingu ve vybrané oblasti, jednoznačně je definován cíl analýzy jednotlivých marketingových nástrojů a dále je zmíněn cíl poukázání na úlohu těchto marketingových názorů. Cíle práce bych doporučovala formulovat jednoznačně a takovým způsobem, aby bylo možné jejich jednoznačné vyhodnocení.</p> | |

| | |
|--|------------------------------------|
| Splnění zadání | splněno s většími výhradami |
| <p>Teoretická část je komplexně zpracována. Realizovaný výzkum svou koncepcí plně nepřispívá k naplnění stanoveného cíle. Domnívám se, že nebyl využit potenciál nástroje marketingového výzkumu. Analýza stávajících využívaných marketingových nástrojů je na obecné úrovni. Navrhované marketingové nástroje jsou pojaty obecně. Stanovený cíl analýza marketingových nástrojů subjektu neziskového sektoru byl splněn s výhradami.</p> | |

| | |
|---|--------------------|
| Aktivita a samostatnost při zpracování práce | A - výborně |
| <p>Autorka zpracovávala text samostatně.</p> | |

| | |
|--|--------------------|
| Odborná úroveň | A - výborně |
| <p>Vhodně zvolené literární zdroje – knižní publikace a elektronické publikace, které jsou relevantní k danému tématu a aktuální. Doporučovala bych zaměření na aktuální zdroje zpracovávající danou problematiku.</p> | |

| | |
|---|------------------------|
| Formální a jazyková úroveň, rozsah práce | B - velmi dobře |
| <p>Formální a jazyková úroveň je v souladu s požadavky. Autorce lze vytknout koncepcí struktury práce tak, aby nejdříve byla zpracována problematika strategického řízení, dále marketingové nástroje a následně nástroje komunikačního mixu.</p> | |

| | |
|---|------------------------|
| Výběr zdrojů, korektnost citací | B - velmi dobře |
| <p>Vhodně zvolené literární zdroje – knižní publikace a elektronické publikace, které jsou relevantní k danému tématu a aktuální. Citační korektnost je na standardní úrovni. V některých místech teoretické části práce se</p> | |

objevují citační nesrovnalosti. Lze ale konstatovat, že je to jen v ojedinělé míře.

Další komentáře a hodnocení

Práce představuje standardní zdroj informací pro analyzovanou společnost. Analýzy jsou na průměrné úrovni.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Vedoucí práce považuje teoretickou i praktickou část práce za průměrnou.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

Navržené otázky:

Jaké jsou nástroje marketingové komunikace, které využívá Nadace kapka naděje?

Jaká je charakteristika typického dárce Nadace kapka naděje?

Datum: 3.6.2019

Podpis:

