



## POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno diplomanta:** Jana GABRIELOVÁ

**Název diplomové práce:** Uplatnění marketingové komunikace ve veřejném a soukromém sektoru vysokých škol

**Cíl práce:** Analyzovat marketingovou komunikaci vybraných vysokých škol ze soukromého a veřejného sektoru, porovnat komunikační nástroje a doporučit další strategii.

**Jméno vedoucího diplomové práce:** Ing. Zuzana Švandová, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
<b>I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:</b>				
Splnění cíle práce		x		
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu			x	
Hloubka provedené analýzy			x	
<b>II. Hodnocení struktury a obsahu práce:</b>				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce		x		
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	x			
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady		x		
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		x		
Formulování vlastních názorů diplomantem		x		
<b>III. Hodnocení formy a stylu práce:</b>				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		x		
Stylistická úroveň práce		x		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	x			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací		x		

### Otázky k obhajobě diplomové práce:

Při obhajobě doporučuji doplnit informace o velikosti srovnávaných škol a o zdrojích informací při tvorbě cen konkrétních návrhů komunikace.

1. Jaké komunikační nástroje byste vysoké škole navrhla pro komunikaci s ostatními cílovými skupinami, zejména s absolventy?
2. Reklamu uvádíte jako nástroj ne příliš vhodný pro komunikaci vysokých škol (s.39 - finanční náročnost, s.78 "bulvarizace"...), přesto její využívání na UJAK hodnotíte velmi kladně a sama ji v komunikační strategii obou škol doporučujete. Vysvětlete.
3. Kolik finančních prostředků mohou obě srovnávané školy na komunikaci ročně vynaložit a jak to koresponduje s vašimi návrhy marketingové komunikace?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:** velmi dobře

**Datum:** .....25.5.2011.....

  
Podpis vedoucího diplomové práce



Diplomantka se ve své práci zabývá marketingovou komunikací vysokých škol. V teoretické části diplomové práce jsou popsány základní nástroje marketingové komunikace a komunikace ve školství, tato část je v odpovídajícím rozsahu přehledně zpracovaná. V praktické části diplomantka porovnála komunikaci dvou vysokých škol - jedné z veřejného sektoru a druhé ze soukromého sektoru školství. V návaznosti na to v diplomové práci navrhla konkrétní komunikační nástroje pro obě školy včetně finančního rozpočtu. Tím byl cíl diplomové práce splněn.

Analýza jednotlivých nástrojů komunikace byla provedena pouze subjektivním vyhodnocením, bez použití kritérií pro porovnání komunikace nebo dalších metod kritériální analýzy či výzkumu. Propojení teoretické a praktické části diplomové práce nebylo vždy dostatečné (např. v kapitole 4.4 o marketingové komunikaci školy není uveden Direct marketing jako možný komunikační nástroj, přesto v praktické části je tento nástroj doporučován). Forma, stylistická úroveň i citační práce s literaturou jsou odpovídající diplomové práci. Diplomová práce by mohla být doplněna o obecná doporučení pro marketingovou komunikaci vysokých škol.

Z diplomové práce je patrné zaujetí diplomantky pro dané téma, to že má praktické zkušenosti s komunikací obou škol.