

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Monika KŘIVKOVÁ

Název diplomové práce: Public relations neziskové organizace

Cíl práce: Vyhodnotit komunikační aktivity ve vybrané neziskové organizaci s důrazem na Corporate identity a navrhnout nové možnosti komunikace v této oblasti.

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

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	X			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu		X		
Hloubka provedené analýzy		X		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
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			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
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:

- Jaké vaše návrhy se podařilo v praxi již zrealizovat a s jakým výsledkem?
- Navrhujte použít nový logotyp pro mateřskou školu Jahoda, která je součástí Neziskové organizace Jahoda o.p.s.. Nenaruší se tím jednotnost Corporate design neziskové organizace jako celku?
- Téma Brand position bylo v DP řešeno jen zčásti, doplňte proto při obhajobě, jaké konkurenční organizace se v oblasti vyskytují.

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

velmi dobře

Datum:2.6.2016.....

Podpis vedoucího diplomové práce



Diplomová práce se zabývá komunikací v oblasti Public relations neziskové firmy – Neziskové organizace Jahoda o.p.s. a Soukromé mateřské školy Jahoda, která je jedním z jejích programů. Výsledkem diplomové práce jsou konkrétní doporučení pro komunikaci mateřské školy jako návrh nového logotypu, návrh hodnotícího dotazníku, zpravodaje a časopisu pro veřejnost, webových stránek, 3D reklamy apod.. Tím byl cíl diplomové práce splněn.

V teoretické části práce se diplomantka zabývá Public relations komunikací a jejími specifiky v neziskovém sektoru, Corporate identity a částečně i oblastí Brand positioning. Tyto kapitoly tvoří základ pro vyhodnocení komunikace firmy i pro návrhovou část diplomové práce. V teorii je více prostoru věnováno historii Public relations a vztahu k marketingu na úkor komunikačních nástrojů a značky. Velmi dobře je zpracována oblast Corporate identity.

V praktické části diplomové práce jsou hodnoceny současné Public relations aktivity u sdružení jako celku, hlavní pozornost je soustředěna na komunikaci mateřské školy, studentka provedla i vlastní doplňkové dotazníkové šetření. Oblast Brand positioningu je řešena jen okrajově, diplomantka se zde soustředila na segmentaci zákazníků. Výstupem celé práce je návrh komunikačních nástrojů jak pro celkové zviditelnění organizace, tak především pro komunikaci mateřské školy.

Velmi kladně hodnotím praktický přínos diplomové práce, návrhy lze v praxi okamžitě použít, jsou zde popsány postupy aplikace i finanční náročnost.

