

Posudek vedoucího bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Marketing v neziskové organizaci

Autor bakalářské práce:

sl. Yelizaveta Makeyeva

Cíl bakalářské práce:

Cílem bakalářské práce je posoudit stávající situaci neziskové organizace a její postavení na trhu

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	6
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	6
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	6
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	5
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	7
6. Logická stavba a členění práce	7
7. Jazyková a terminologická úroveň	5
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	6
9. Vlastní přínos k řešení problematice	6
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	6
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	60
Výsledná známka	dobře (3)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Bakalářská práce Marketing v neziskové organizaci je rozdělena na několik kapitol a tradičně na teoretickou a aplikační část. Autorka si stanovila hlavní a vedlejší cíl práce, které si jí podařilo naplnit jen částečně, i vzhledem k tomu, že pracovala s velmi omezenou informační základnou. Teoretická část práce je v souladu s hlavním cílem práce a mohla by být dobrou výchozí základnou pro aplikační část. Jejím základním nedostatkem je však její informační nevyrovnanost. Přesto však lze konstatovat, že potřebnou informační hodnotu má. Základní aspekty problematiky (charakteristika nestátní organizace, právní formy, typologie neziskových organizací financování, fundraising a okrajově i význam marketingu pro tuto sféru) jsou v ní obsaženy. Aplikační část práce je vzhledem k cíli nejslabší částí práce. Popis (charakteristiku) neziskové organizace Bolashak lze považovat za dostatečně podrobný, méně však už praktické uplatnění marketingu, SWOT analýzu, analýzu konkurence, analýzu prostředí v konfrontaci s konkurencí aj. Nejzávažnější výhrady musím formulovat k realizované anketě, získané údaje nejsou reprezentativní a autorka si je toho vědoma. Hodnotit stylistickou a jazykovou úroveň práce lze jen velmi obtížně. Doporučuji, aby se autorka práce v průběhu obhajoby soustředila především na upřesnění a rozšíření toho, co v aplikační části chybí, tedy: 1. Jak byla provedena SWOT analýza? 2. Jaký byl průběh a náležitosti anketního šetření? 3. Jak přistoupila ke stanovení hypotéz a jak s nimi pracovala? I přes uvedené výhrady a připomínky bakalářskou práci doporučuji k obhajobě

Jméno vedoucího bakalářské práce:

Markéta Procházková

Pracoviště vedoucího bakalářské práce:

VŠE, katedra marketingu

Select the type of evaluation

--

--

--

Criteria (max. 10 points per category)		Points awarded
1. The objectives of the thesis are evident and accomplished		
2. Demands on the acquisition of additional knowledge or skills		
3. Adequacy and the way of the methods used		
4. Depth and relevance of the analysis in relation to objectives		
5. Making use of literature/other resources, citing		
6. The thesis is a well-organised logical whole		
7. Linguistic and terminological level		
8. Formal layout and requirements, extent		
9. Originality, i.e. it is produced by the student		
10. Practical/theoretical relevance/applicability		
Total score in points (max 100)		0
Final grading		

Overall evaluation and questions to be answered in the course of the defense:

--

--

--