# Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

## *Posudek oponenta bakalářské práce*

***Název bakalářské práce:***

Marketing v neziskové organizaci

***Autor bakalářské práce:***

Yelizaveta Makeyeva

***Cíl bakalářské práce:***

Cílem bakalářské práce je posoudit stávající situaci organizace a její postavení na trhu na základě analýzy vnějšího a vnitřního prostředí příslušného podniku. Dílčím cílem je prostřednictvím získaných poznatků doporučit optimální strategii pro zlepšení současné pozice organizace na trhu.

| **HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE** | |
|---|---|
| **Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)** | **Přidělené body** |
| 1. Vymezení cíle a jeho naplnění | 7 |
| 2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití | 8 |
| 3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností | 7 |
| 4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům) | 8 |
| 5. Práce s informačními zdroji a jejich citace | 9 |
| 6. Logická stavba a členění práce | 8 |
| 7. Jazyková a terminologická úroveň | 7 |
| 8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah | 8 |
| 9. Vlastní přínos k řešené problematice | 7 |
| 10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii | 7 |
| **Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)** | **76** |
| ***Výsledná známka*** | ***velmi dobře (2)*** |

***Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:***

Téma vzdělání, kterou si autorka zvolila, je možné pokládat za aktuální. Bakalářská práce je logicky rozčleněna na jednotlivé části. Teoretická část se zaměřuje na definování základních pojmů, které souvisí s tématem. Závěry a doporučení pro organizace jsou konkrétní a srozumitelné. Autorka stručně popsala oblast neziskových organizací, které se věnují vzdělávání studentů, stejně jako nejbližší konkurenty organizace Bolashak. Pro lepší přehled bylo by lepší hlubší porovnat marketingové aktivity organizace s konkurenčními spolky. Praktická část se věnuje definovaným konceptům z teoretické části a racionálně na ni navazuje. Autorka popsala důkladným způsobem současný stav marketingu a posoudila vlastnosti jednotlivých marketingových nástrojů této organizaci. Pro posouzení stávající situace byly zvoleny analýzy SWOT a Porterův model pěti sil. Východiska modelu pěti sil jsou srozumitelné, přesto však by mohly být více interpretovaný. Do ankety by bylo možné zahrnout vetší rozsah dotazů.
K obhajobě bakalářské práce mám další otázky: Byly Vaše doporučení projednány s vedoucím neziskové organizace Bolashak? Pokud ano, jaké postavení k tomu organizace má, a jestli plánuje doporučené změny uvést do praxe? Pokud byste dělala anketu znovu, zaměřila byste se na vetší skupinu obyvatelstva? Jaké způsoby byste zvolila pro obdržení zpětné vazby od obyvatelstva? Jaké ověřovací metody byste použila pro ověření, zda jsou Vaše doporučení efektivní?

***Jméno oponenta bakalářské práce:***

Bc. Pavel Severchenko

***Pracoviště oponenta bakalářské práce:***

Honeywell, spol. s r.o.

*Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi bakalářské práce.*

Wednesday, January 8, 2020

podpis oponenta bakalářské práce