

## POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

- Jméno a příjmení studenta:* Bc. Libor Šafránek  
*Studijní obor:* Rehabilitační – psychosociální péče o postižené děti, dospělé a seniory – navazující studium  
*Vedoucí diplomové práce:* Ing. Jan Molek, CSc.  
*Katedra:* Právních oborů, řízení a ekonomiky  
*Název diplomové práce:* Zhodnocení marketingové strategie vybraného zařízení sociálních služeb v podmínkách působení zákona 108/2006 Sb., o sociálních službách a návrh její inovace
- Volba tématu:
1. Aktuální
  - 2. Užitečné a prospěšné**
  3. Standardní
  4. Neobvyklé
- Cíl práce a jeho naplnění:
1. Vhodně zvolený cíl, který byl naplněn
  - 2. Vhodně zvolený cíl, který byl částečně naplněn**
  3. Vhodně zvolený cíl, který nebyl naplněn
  4. Nevhodně zvolený cíl
- Struktura práce:
1. Originální – zdařilá
  2. Logická – systémová
  - 3. Logická – tradiční**
  4. Pro dané téma tradiční
  5. Pro dané téma nevhodná
- Práce s literaturou:
1. Vynikající, použity dosud neběžné prameny
  2. Velmi dobrá, použity nejnovější dostupné prameny
  - 3. Dobrá, běžně dostupné prameny**
  4. Slabá, zastaralé prameny
- Vybavení práce (data, tabulky, grafy, přílohy):
1. Mimořádné, funkční
  2. Velmi dobré, funkční
  - 3. Odpovídá nutnému doplnění textu**
  4. Nedostačující
- Přínosy diplomové práce:
1. Originální, inspirativní názory
  - 2. Ne zcela běžné názory**
  3. Vlastní názor argumentačně podpořený
  4. Vlastní názor chybí
- Uplatnění diplomové práce v praxi a ve výuce:
- 1. Práci lze uplatnit v praxi**
  2. Práci lze uplatnit ve výuce
  3. Práci nelze příliš využít ani v praxi ani při výuce



Formální stránka: 1. Výborná  
2. **Přijatelná**  
3. Nevyhovující

Jazyková stránka: 1. Stylistika a) výborná  
b) **velmi dobrá**  
c) nevyhovující  
2. Gramatika a) výborná  
b) **velmi dobrá**  
c) nevyhovující

Zásadní připomínky k diplomové práci:

1. **nemám**
2. mám tyto:

Další hodnocení:

Aplikace marketingu v oblasti sociálních služeb není v České republice příliš častá. V důsledku působení zákona č.108/2006 Sb. a změnou financování sociálních služeb (zejména zavedením „příspěvku na péči“), jakož i předpokládaných trendů vývoje sociálních služeb lze předpokládat, že se marketing stane jednou z významných aktivit organizací poskytující sociální služby. Přístup diplomanta k problematice je správný a podíl teoretické části odpovídá potřebám zpracovávaného tématu (k názornému pochopení fungování Lawtonova modelu „osmi dimenzí excelence“ na str.31 až 32 by výrazně přispělo jeho grafické zobrazení). Pokud se jedná o aplikační část diplomové práce, postrádám ucelenou kvantifikaci dopadu marketingové strategie zkoumané organizace na její výkonnost, tj.jasnou odpověď na otázku, co od její realizace organizace očekává. Kladně hodnotím snahu diplomanta o vlastní (ne vždy zcela běžné) názory na řešení problematiky.

Práce splňuje základní požadavky kladené na tento typ prací, a proto ji doporučuji k ústní obhajobě:

1. **ano**
2. ne

Navrhovaná klasifikace: 1. výborně  
2. velmi dobře  
3. **dobře**  
4. nevyhověl

Otázka k ústní obhajobě práce:

Vysvětlete jakým způsobem by jste postupoval při hodnocení výkonnosti neziskových organizací (rozhodující podíl organizací poskytující sociální služby má tento charakter) a proč.

Datum: 2.září 2010

Podpis vedoucího diplomové práce

