

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Iveta DUŠKOVÁ
Název práce	Marketingová komunikace v neziskovém sektoru
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Hrabáková Kamila, Ing.
Oponent	Jindřich Ondruš

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 2.5

Poznámka: Téma je stále aktuální. Jeho uchopení je však velmi obecné.

2. Logická struktura práce 2.0

3. Naplnění cíle práce 3.0

Poznámka: Cíl práce dle "zásad pro vypracování" byl splněn jen částečně.

4. Metodický postup 2.5

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 3.0

6. Praktický přínos práce 3.0

7. Práce s literaturou 3.0

Poznámka: V mnoha případech pouze výtah z internetových stránek muzea.

8. Formální stránka 2.0

Závěr

Hodnocení práce (známka): **dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Asi se nedá říci, že Tábor je místo, kde husitství vzniklo.

V kapitole 2.2 je poněkud neorganicky a nesprávně zařazen fundraising.

Marketingová komunikace v neziskovém sektoru (kap. 2.4.5) dnes zahrnuje více nástrojů.

Porovnání návštěvnosti Husitského muzea s muzei v okresních městech JČK (kap. 4.5) nemá prakticky žádnou vypovídací hodnotu. Nejsou vysvětlena kritéria pro výběr těchto muzeí. Snad jenom to, že jsou v okresních městech. Porovnáváme státní příspěvkovou organizaci s jistou exkluzivitou (vzhledem k tématu husitství) a s mnoha expozičními objekty s regionálními muzei. SWOT analýza je velmi stručná a málo vypovídající.

Navržené opatření (kap. 5) jsou zajímavé, dobře myšlené ale týkají se spíše vybavení a provozu muzea. Zvláště námět týkající se husitského vozu by potřeboval dotáhnout.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Více rozvést on-line komunikaci (kap. 2.3.8.) z hlediska využití a dopadů moderních postupů.

Datum: 06.05.2021

Podpis oponenta