



## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2013//2014

**Jméno studenta:** Bc. Lukáš Jandač  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management  
**Téma BP/DP:** Branding jako strategický nástroj managementu neziskových organizací  
**Hodnotitel – oponent:** doc. Ing. Jiří Vacek, Ph.D.  
**Podnik – firma:** FEK ZČU, KPM

**Kritéria hodnocení:** (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat BP/DP klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

První část práce - "Branding v neziskovém sektoru" - je přehledným úvodem do problematiky brandingu obecně a jeho aplikace v neziskovém sektoru specificky, druhá a třetí část pak popisují funkce a implementaci brandingu v mezinárodní organizaci AFS i její české větve. Ve třetí části již postrádám některé konkrétnější informace a jejich zdroje, např.  
 str. 48 "Existuje pouze jedna společnost... - která?,  
 str. 40 - Dobrovolnických organizací ... je dle statistických údajů několik tisíc, ovšem jen malá hrstka z nich je opravdu aktivní ... - čím lze tato tvrzení podepřít?  
 str. 52 - co je to "programový růst"?  
 Za slabší považuji kapitolu IV - Cost Benefit analýza. Ve finanční analýze postrádám výchozí údaje - např. počty vysílaných a přijímaných studentů a odpovídající jednotkové výnosy a náklady, od nichž jsou odvozeny částky uvedené v tab. 4 a 5. Ze srovnání tab. 4 a 5 nakonec vyplývá, že celkový efekt zavedení brandingu v období 2013 - 16 je záporný (součet výsledků hospodaření za uvedené roky je



v případě zavedení brandingů o 506 765 Kč nižší než bez jeho zavedení). Pro hodnocení přínosů projektu by měla být použita přírůstková metoda vycházející ze srovnání nulové a investiční varianty. Podíl režie na nákladech 43,5% pokládám pro organizaci, založenou na práci dobrovolníků, za příliš vysoký.

Pokud jde o vnitřní výnosové procento, jeho zkratka není NPV (to je čistá současná hodnota - net present value), ale IRR (str. 91).

Pokud je v závěru uvedeno, že "neziskové organizace se těší velké oblibě z řady důvodů", očekával bych, u koho a z jakých důvodů a čím je toto tvrzení podloženo.

### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

1. Na str. 51 uvádíte, že některá území jsou pro AFS nedostupná, což má za následek větší zátěž pro zaměstnance národní kanceláře. Proč?
2. V tabulce 3 (str. 80) uvádíte efektivnější využití finančních prostředků, větší podíl na trhu, časovou náročnost projektu, zvýšení fundraisingu a potřebu dalšího pracovního úvazku jako nekvantifikovatelné veličiny. Proč?
3. Ze srovnání tab. 4 a 5 vyplývá, že celkový efekt zavedení brandingů v období 2013 - 16 je záporný (součet výsledků hospodaření za uvedené roky je v případě zavedení brandingů o 506 765 Kč nižší než bez jeho zavedení). Jak tedy zdůvodníte přínos zavedení brandingů? Dosáhnete kladných výsledků v dalších letech?

V Plzni, dne 12.ledna 2014

Podpis hodnotitele

#### Metodické poznámky:

<sup>1</sup>)Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup>) Stručně zdůvodněte navrhovaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup>)Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek na **DP a BP nejpodějí do 15. 1. 2014** spolu s prací na sekretariát KPM.

Posudek musí být opatřen **vlastnoručním podpisem modře** (pro rozeznání originálu).