



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Karina Nguyenová
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Interní komunikace ve vybrané neziskové organizaci

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik/organizace oponenta: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Cíl práce je uveden v úvodu, tj. zhodnotit stávající úroveň interní komunikace a navrhnout opatření pro případné zlepšení pro zvolenou neziskovou organizaci.

Autorka začíná vymezením pojmu komunikace, škoda, že zde nezařadila i marketingové pohledy a definice. Dále popisuje komunikační proces a stručně i verbální a neverbální komunikaci s odkazem na základní dostupnou literaturu. Následně se věnuje interní komunikaci v organizaci, ale téměř se vyhýbá fenoménu kultura organizace, který spolu s klimatem výrazně ovlivňuje právě i interní komunikaci v organizaci. Strategii komunikace se zaměstnanci potom popisuje jen podle Armstronga (2015). Na s. 17 je objasňován pojem interní marketing a následně jsou popsány hlavní komunikační kanály pro interní komunikaci. Potom je například zmíněn i audit interní komunikace. Na s. 25 začíná kapitola věnovaná neziskovým organizacím. Text teoretické části je bohužel pojat spíše jako výpisky, porovnávání či hodnocení zdrojů nebo vývoj pojmů zde nenajdeme.

Je popsán zvolený spolek, jeho poslání, výběr informací ze stanov a vnitřní prostředí stručně od s. 32. Hned následuje sdělení k marketingu a podrobněji ekonomické výsledky spolku, což není přímo tématem práce. Popis současného interního systému komunikace je kde? Jak to chceme hodnotit?

Dělat analýzu interní komunikace prostřednictvím interního dotazníku je podle mne dost nedostatečné, zejména, pokud se jedná o menší organizaci. Dotazník má 43 položek a vyplnilo jej 17 respondentů. Od s. 36 potom nastává klasický masakr práce s daty! Výstupy jsou prezetované i v procentech. Kolik procent je názor jednoho respondenta? Je to vůbec takto možné interpretovat? To je moment, kdy je zřejmé, že metoda a nástroj nebyly adekvátní zadání práce. Měly být spíše použity hloubkové rozhovory a třeba zúčastněné pozorování.

Co bylo cílem dotazníku? Proč jsou zde podrobné položky k e-mailům? Podobně, proč položka: Je účast na poradách povinná? Zpracování dat od s. 57 je ještě více problematické., Je možné hledat souvislosti v kontingenčních tabulkách, když počet respondentů je tak nízký? Nevhodná metoda, nevhodné interpretace. Dále uvedené grafy to jen dokumentují.

Velkým probléme je, jak předloženou práci hodnotit. Špatně zvolená metoda, neadekvátní práce s daty z hlediska statistiky, nedotažený popis současné interní komunikace... Práci hodnotím jako dobře a při přísnějším pohledu až na úrovni přepracování a dopracování.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Jaké metody a přístupy je možné použít při zpracování auditu interní komunikace organizace?

Vedla jste vůbec rozhovor s vedoucím pracovníkem organizace? Jak on vidí uvedenou problematiku?

Jak ovlivňuje kultura organizace interní komunikaci v organizaci?

V Plzni, dne 11. 5. 2022

Podpis hodnotitele