

Jak zjistit, že mám dobré téma BP a DP a jak zpracovat dobré zadání

Doc. Ing. Alena Klapalová, Ph.D,

Doc. Ing. Petr Suchánek, Ph.D.

Doc. Ing. Radoslav Škapa, Ph.D.

Co **JE** a co **NENÍ DOBRÉ** téma



Dobré téma je téma, které:

- je "**zpracovatelné**" (a zde je potřebné odlišit, co je v silách a možnostech bakaláře a co diplomanta, přestože je to aspekt velmi individuální; i "zpracovatelnost" sama o sobě je samozřejmě individuální)
 - je takové, že **si dokážete představit, co v rámci něho může být řešené** (buď sami anebo s pomocí vedoucího práce)
 - přináší nový poznatek, řešení problému, jednoduše je **účelné**
 - je **dostatečně náročné pro daný stupeň studia** (protože bakalářská práce není seminární práce a diplomová práce není bakalářská práce)
 - **je pro Vás zajímavé**
- Výše uvedené je možné použít i pro pomyslný **checklist**, pokud si vybíráte mezi tématy zveřejněnými vedoucími práce.

Dobré téma **NENÍ** to, co je opakem výše uvedeného.

- Dobré téma **MŮŽE BÝT ŠIROKÉ**.....protože Vám umožňuje zacílit se na konkrétní problém dle různých možností a omezení. Je to i lepší než téma, které je **velmi konkrétní** (například obsahuje i název podniku).

Co JE a co NENÍ vhodné téma pro PEM/POIN (a)

- Studujete program Podniková ekonomika a management (PEM) nebo Podniková informatika (POIN).
- Již z úvodních dvou víte, že ve Vaši práci je nutné řešit to, co se nazývá **manažerský problém** a týká se **problémů v podnicích A/ANEBO pomáhá řešení problémů v podnicích**.
- Manažerský problém je nutné chápat široce a hlavně i pozitivně:
 - i jako **neznalost potřebného** anebo jako
 - **potřebu najít určité data, informace, poznatky (někdy jenom v podniku, někdy skoro téměř vně podniku a někdy jak v podniku, tak vně – VNĚ JE MYŠLENO NAPŘÍKLAD: trh, spotřebitelé/zákazníci, dodavatelé, celé dodavatelské řetězce, investoři, budoucí potenciální zaměstnanci atd.), analyzovat je**
- a **výsledky analýzy použít pro formulování závěrů, doporučení, návodů, nejlepších praktik, plánu, strategie atd.** - opětovně **pro fungování a lepší fungování různých oblastí podnikového dění = vyřešení, odstranění problému nebo zmírnění negativního dopadu existujícího problému**

Co JE a co **NENÍ** vhodné téma pro PEM/POIN (b)

Pro PEM a POIN se tedy **HODÍ** témata, která například řeší:

A) PEM:

- rizika a bariéry vzniku start-upů
- sanaci a zánik podniků
- finanční situaci podniků
- různé manažerské problémy spojené například s organizováním a organizační strukturou podniku, vůdcovstvím, rozhodováním, řízením lidských zdrojů, plánováním, podnikovou kulturou, řízením projektů, řízením procesů, řízením znalostí, řízením společenské odpovědnosti a etiky, řízením vztahů, řízením výkonnosti, řízením finančních toků, řízením spokojenosti (část patří do bodu níže – dodavatelé, zákazníci)...
- různé problémy týkající se dílčích primárních aktivit hodnotového řetězce a dalších výše nezmiňovaných podpůrných aktivit (například v rámci nákupu, inovací, řízení výroby, marketingu, prodeje, služeb...)

B) POIN:

- v zásadě to samé, ale se zapojením IT, ICT, IS...jak mohou informační (a komunikační) technologie a IS vyřešit výše uvedené....

Co **JE** a co **NENÍ** vhodné téma pro PEM/POIN (c)

pro **PEM** a pro **POIN** se **NEHODÍ** témata, která se netýkají podnikového dění, například ty, které se týkají:

- fungování municipalit a obcí
- neziskových organizací
- tedy jakýchkoliv institucí vykonávajících veřejnou správu a samosprávu
- a proto také i mimo jiné veřejných financí
- jenom makroekonomických ukazatelů bez souvislosti s fungováním podniku
- a další témata, která nemají manažerský a ekonomický "rozměr aplikovaný na podnik (například **čistě anebo více než méně právní témata, psychologická témata, filozofická anebo matematická témata** apod. - protože i toto se v minulosti stalo - a **Vy studujete Podnikovou ekonomiku a management nebo Podnikovou informatiku** a ne některý ze zmíněných oborů).



ZÁKAZ

Co **JĚ** a co **NENÍ** vhodné téma pro PEM/POIN (d)

- **OVŠEM** existují témata, která jsou na "pomezí". Mezi ně patří například:
 - destinační marketing a management
 - sociální podnikání
 - témata týkající se podnikání organizací, které nejsou podniky
 - případně témata, v rámci který je řešena komparace podniku s nepodnikatelským subjektem.

Co všechno **MÁ BÝT** v zadání a co tam **NEPATŘÍ** (a)

- Zadání by mělo být tvořeno **ve spolupráci studenta a vedoucího práce**, přičemž **iniciativa by měla vycházet od Vás** - Vy byste měli mít představu - někdy mlhavou, někdy možná až příliš jasnou, co si pod tématem představujete a čím se chcete zabývat a proč a k jakému cíli chcete dojít. **Vedoucí práce hraje roli navigátora** - "**GPS**". Stává se ovšem, že vedoucí přebírá iniciativu a zadání napíše sám. **SOUHLAS?**
- **Zadání** je nutné chápat **ve dvou podobách** - to **oficiální**, které je vytvořeno **v ISU**, je součástí Vaší práce a potom to **méně oficiální**, což je **ujasnění si, specifikace toho, co chcete, proč, jak a proč daným způsobem řešit a jaký výsledek má práce přinést** - **takový a pro potřeby těch, kterým by mohl pomoci vyřešit manažerský problém**.

Co všechno **MÁ BÝT** v zadání a co tam **NEPATŘÍ** (b)

- V zadání **MÁ BÝT CÍL PRÁCE**, kterým **NEMŮŽE BÝT JENOM POPIS NEBO ANALÝZA**, nýbrž i **minimálně návrhy**, co s výsledky analýzy je možné udělat. V zadání má být také uvedena **METODIKA** - **neměla by obsahovat pouze obecné pojmy jako analýza a syntéza a indukce a dedukce** (navíc obě poslední jsou ne vždy vhodné), ale i **o něco větší konkretizaci postupu, A TO I VARIANTNÍHO**. Dále také **NÁVRH VHODNÝCH** - **co nejméně učebnic, co nejvíce kvalitních akademických článků** (důvody se dozvíte v rámci tohoto předmětu).
- V zadání by **NEMĚLA BÝT** uvedena **OSNOVA, KONKRÉTNÍ OBSAH PRÁCE**. Toto je příliš omezující a navíc se návrh vhodné struktury očekává od autora práce - patří to mezi jeho schopnosti, které prokazuje jako součást zpracování tématu.

Co všechno **MÁ BÝT** v zadání a co tam **NEPATŘÍ** (c)

Problémy se zadáním:

- Problém **menší míry konkrétnosti** se může objevit, pokud se Vy a i s pomocí Vašeho vedoucího "nedokážete najít, t. j. nedokážete si v rámci tématu najít problém, který by bylo možné a vhodné řešit. **ŘEŠITELNÝ (?)**
- Problém **větší míry konkrétnosti** je například časový aspekt....například pokud se v zadání objeví cíl navrhnout metodiku, postup atd. a metodiku či postup také v podniku implementovat, vyzkoušet a zhodnotit. Zdánlivě by to problém být nemusel, ale něco takového vyžaduje oblast, ve které daný proces lze realizovat během cca necelého roku a podnik, který je maximálně otevřený testování. Dalším je to, že za 3, resp. 2 semestry se může situace změnit a Vy najednou zjistíte, že téma řešit nelze tak, jak je uvedeno v oficiálním zadání. Ne vždy je změna možná. **Poznámka...lze ovšem práci zpracovat i rychleji – i za dva semestry – pokud to podnik umožní a Vy a Váš vedoucí to zvládnete.**



Vhodné zdroje pro lepší pochopení

- Hart, Ch. (2005). *Doing your master dissertation*. Sage.

https://books.google.cz/books?id=60pOCgAAQBAJ&pg=PT52&lpg=PT52&dq=%22Finding+and+formulating+your+topic%22&source=bl&ots=UKDLru_T0p&sig=ACfU3U1wbeKutzeZELLuHB6FJsN7uipWnA&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwitm7G8jIDvAhUImIsKHdtNBz0Q6AEwDnoECBAQAw#v=onepage&q=%22Finding%20and%20formulating%20your%20topic%22&f=false

- Evans, J. (2007). *Your psychology project: The essential guide*. Sage.

https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/15490_book_item_15490.pdf

Děkujeme za pozornost a těšíme se na dobré dotazy

