

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketing města XY

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Kotík Karel

Oponent práce: Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	X
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Autor deklaruje, že hlavním cílem práce je sestavení doporučení pro zlepšení současného marketingu města Klatovy. Ve své práci se zaměřuje především na zkoumání spokojeností občanů s městem. Jedná se spíše o zkoumání preferencí, očekávání a jejich naplňování na cílové skupině (senioři), než analýzu marketingu. Pro řešerše na téma marketing měst a obcí by bylo vhodnější využívat aktuálnější zdroje, většina z nich je více než 10 let stará. Autor odhalil největší nedostatky v oblasti komunikace a nabízí celou škálu možných opatření ke zlepšení. Návrhy lze považovat za hodnotné.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jedna z otázek zkoumala, jak jsou senioři spokojeni s podporou turismu ve městě (výsledek: spíše nespokojeni). Máte představu, co přesně senioři hodnotili? (zda například nevnímají negativně, že je turismu dán velký prostor,...)

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Bylo by podle vás vhodné do marketingových aktivit města zapojit i Univerzitu třetího věku? Pokud ano, jak, pokud ne, proč?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Pokud byste rozšířil své zkoumání na další cílové skupiny, např. mládež, rodiny s dětmi, atp, a dospěl jste k diametrálně odlišným zjištěním, jak byste potom navrhoval marketing města?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 05.08.2020

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz