

# Posudek vedoucího diplomové práce

<b>Jméno a příjmení studenta</b>	Lucie VARGOVÁ
<b>Název práce</b>	Moderní marketingová komunikace vybraného města v oblasti cestovního ruchu
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Navazující
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KOD
<b>Vedoucí práce</b>	Janeček Petr, Ing. Ph.D.
<b>Autor posudku</b>	Ing. Petr Janecek Ph.D.

## Posudek závěrečné práce

1. Logická struktura práce 1.0

**Poznámka:**Kapitoly na sebe navazují. Teoretická část dává podklad pro realizaci výzkumů a také návrhů.

2. Naplnění cíle práce 1.0

3. Metodický postup 1.0

**Poznámka:**Je využito mnoha výzkumných metod, což dává práci vysokou hodnotu a pohled na téma je komplexní.

4. Hodnocení teoretického a/nebo praktického přínosu práce 1.0

**Poznámka:**Práce má velký přínos především pro praxi, kdy upozorňuje na celou řadu nedostatků v současném stavu. V teoretické rovině shromažďuje nové trendy marketingové komunikace a jejich příklady.

5. Práce s literaturou 1.0

**Poznámka:**Je čerpáno z celé řady jak tuzemských, tak zahraničních literárních zdrojů. Stejně tak je využito odborných studií a výzkumů.

6. Formální stránka 1.0

**Poznámka:**Formální zpracování je na vysoké úrovni. Vyjadřovací schopnost autorky je dobrá a má charakter akademické práce.

7. Vlastní přínos studenta k řešení problematice 1.0

**Poznámka:**Autorka pravidelně konzultovala a informovala o provedených krocích na vypracování práce. Pracovala samostatně a věcně.

8. Kontrola plagiátorství (výsledek) **negativní**

## Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

### Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Práce se zabývá marketingovou komunikací města ČB v oblasti cestovního ruchu. Teoretická část práce je velmi komplexně pojata a přináší veškeré moderní trendy v oblasti komunikace. Kapitoly

jsou logicky odděleny a navazují na sebe, což usnadňuje jejich pochopení. Autorka používá celou kombinaci klasických literárních zdrojů doplněných o aktuální články a příspěvky na internetu a aktuální výzkumy či studie. Metodika a cíle práce jsou velmi dobře zvolené a propracované. Logicky na sebe jednotlivé kroky navazují a je využito kombinace více typů šetření, což dává komplexnější náhled na problematiku. V analytické části autorka velmi precizně analyzuje komunikační mix města i s hodnocením. Vhodně také srovnává komunikaci s městy Brno a Plzeň. Dotazníkové šetření je precizně vypracováno a vyhodnoceno. K vyhodnocení navrhovaných hypotéz byly využity statistické metody. V návrhové části autorka přináší celou řadu zajímavých nápadů na zlepšení marketingové komunikace města. Některá opatření jsou obecnější a spíše doporučení, jiná konkrétně zaměřená na jednu aktivitu. Je zřejmé, že při realizaci alespoň některých z nich dojde ke zlepšení současného stavu. U návrhů jsou i odhady nákladů. Práce převyšuje běžně zpracovaná témata a má v jistých ohledech charakter DisP. Autorka přistupovala k práci po celou dobu velmi aktivně a s velkým nasazením. Jako vedoucí mohu jedině pochválit její přístup a zájem o téma. Práci doporučuji k obhajobě se známkou výborně.

### **Otázky nebo témata pro diskusi před komisí**

Jak se změnilы přístupy k marketingové komunikaci města s vlivem pandemie COVID-19?  
V návrzích je znatelné využití nových a neotřelých způsobů komunikace, měnila by se i image města, pokud ano, jak?

Datum: 09.06.2020

Podpis vedoucího práce