

PROTOKOL O HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Práci předložila : Bc. IVETA KAVKOVÁ

Název práce: MUNICIPALNÍ MARKETING

Vedoucí práce: JUDr. TOMÁŠ LOUDA, CSc.

1. CÍL PRÁCE

Předložená práce splňuje veškeré požadavky stanovené pro práce diplomové, zadání práce bylo naplněno, práce může být předložena k obhajobě.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ:

Diplomantka tematicky zaměřila svoji diplomovou práci značně aktuálně a přestože bývá nelehká problematika marketingu, začasť s nevalných úspěchem, zpracovávána v bakalářských i diplomových pracích orientovaných ekonomicky, podařilo se jí předložit práci, která v oblasti správně právní představuje dílko originální a svěží. Zvolené téma přes jistou popisnost řeší rozhodně kvalitně. Předložená práce jest dostatečnou literaturou teoretickou i praktickou velmi slušně vybavena. Oproti tomu poznámkový aparát by zasloužil ještě větší pozornost. Problematiku poslání a smyslu municipálního marketingu a jeho strategií v ČR autorka zpracovala komplexně, elegantně a s úspěchem se vyrovnala s pojmoslovím i systémovým zakotvením relativně nového instrumentária nejen z hlediska právního řádu ale též decizní praxe municipalit. Autorka nezapírá svůj vlastní zájem o zpracovávanou problematiku, což je práci jen ku prospěchu, svoji argumentaci a analýzu teoretickou vhodně ilustruje konkrétní zkušeností a analýzou z malého města. Využití vlastní zkušenosti a uplatnění vlastního názoru utuženého dotazníkovým šetřením rozhodně oceňuji.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA

Po formální stránce nelze mít k předložené práci žádných připomínek, práce jest přehledně strukturována, autorka vychází z reprezentativní odborné teoretické literatury, umí pracovat s literaturou, s poznámkovým aparátem. Cením si autorčina kritického přístupu ke zkoumané problematice. Předloženou práci považuji za zdařilý příklad kvalifikační práce.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE

Krom výše uvedených poznámek, nezbývá hodnotiteli než konstatovati, že předložená práce nejen může být předložena k obhajobě, ale též představuje odpovědně a kvalitně zpracovaný text, kterým se autorce podařilo velmi vhodně skloubiti teoretické multidisciplinární znalosti studiem získané s poznatky praktickými.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ

1. Jaké jsou možnosti využití municipálních marketingových strategií a jaký je na to názor autorčin?
2. Jak hodnotí přínos marketingu v Úterý?

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA

Práci doporučuji k obhajobě a předběžně, s ohledem na výsledek a průběh obhajoby navrhuji hodnocení velmi dobře až výborně.

V Praze dne 20.6.2020

JUDr. Tomáš Louda, CSc.