

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta právnická

PROTOKOL O HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (posudek oponenta práce)

Práci předložil student: Bc. Iveta Kavková
Název práce: Municipální marketing
Vedoucí práce: JUDr. Tomáš Louda, CSc.
Oponoval: Ing. Milan Lindner, Ph.D.

1. CÍL PRÁCE (uved'te, do jaké míry byl naplněn)

Diplomová práce se zabývá moderním tématem tzv. municipálního marketingu. Cíl je popsán v závěrečných odstavcích úvodu práce, je však formulován pouze ve vztahu k jedné ze součástí práce, o něco přesněji je pak cíl zrekapitulován v závěru práce. Míra naplnění cíle je otázkou, v zásadě jej však lze považovat za naplněný.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ

Diplomová práce je v principu logicky strukturována. V teoreticky orientovaných částech komplexně seznamuje čtenáře s pojmy teritoriální a posléze i municipální marketing. Prakticky orientovaná čtvrtá část práce je věnována průzkumu názorů obyvatel malého města na jím uskutečňované aktivity charakteru municipálního marketingu. Vytýčené hypotézy nejsou formulovány zcela správně (mělo by jít o oznamovací věty bez dovětky „myslím si“ apod. vyjadřující skutečnosti, které budou následně kvantitativně ověřovány; hypotéza 2 v sobě navíc slučuje dvě dílčí hypotézy). Provedený průzkum lze bezpochyby ocenit, otázky jsou formulovány správně, přičemž získané odpovědi poskytují poměrně zajímavé informace. Je škoda, že na výsledky výzkumu autorka nenavázala rovnou i formulací určitých autorských návrhů a doporučení, ať již k podobě a orientace municipálního marketingu v podmínkách města Úterý či i ve vztahu ke konkrétním veřejným a rozvojovým aktivitám, na které by Úterý mělo s ohledem na výsledky průzkumu zaměřit svoji pozornost.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA

Po stránce formální je diplomová práce na poměrně dobré úrovni, drobné výtky přitom směřují ke stránce grafické (úvod by neměl být první stránkou práce, závěr se coby část práce nečísluje ad.), stylistické (např. užívání 1. os. j. č., občasně projevy stylistické neobratnosti, hovorové výrazy, např. „strašně moc“ na str. 68) i gramatické (pravopisné chyby, (nadbytečná) interpunkce ad.). Práce využívá potřebného počtu i širší informačních zdrojů, na které se autorka důsledně odkazuje, chybně je však proveden formát odkazů na zdroje v případě tabulek.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE

viz výše

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ

1. (viz část 2.2.3) Nebylo by vhodnější „Public Private Partnership“ považovat spíše za specifický nástroj nežli typ teritoriálního marketingu?

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA

Předložená diplomová práce splňuje požadavky kladené na tento druh prací a jako takovou ji doporučuji k obhajobě s hodnocením v úrovni klasifikačního stupně velmi dobře, popř. výborně.

Datum: 27. 5. 2020

Podpis: