

VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH STUDIÍ, o.p.s.

Žižkova 6, 370 01 České Budějovice

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Jiří Straka

Název bakalářské práce: Marketingová analýza městské části Praha 3

Studijní obor: Regionální studia

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: Ing. Petra Jílková, Ph.D.

Pracoviště a pracovní zařazení: Hlavní pracovní poměr: Komerční banka, a.s., Marketing -
Produktový manager / Externí spolupráce: VŠERS, Katedra managementu a marketingu
služeb

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)	Stupeň hodnocení						
	stupeň	A	B	C	D	E	F
	číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
aktuálnost a náročnost práce		X					
formulace cílů a úroveň jejich naplnění	X						
vhodnost členění práce		X					
teoretická úroveň zpracování	X						
metodická úroveň zpracování		X					
reprezentativnost a rozsah použité literatury		X					
úroveň práce s literaturou		X					
dodržování bibliografických norem		X					
úroveň formálního zpracování (estetická, grafická a jazyková)				X			
vazba výsledků práce na její obsah	X						
vlastní postoje a hodnocení	X						
uplatnění práce v praxi / výuce		X					
Celkové hodnocení bakalářské práce		X					
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO			NE		

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce:

Autor svou práci zaměřil na specifickou oblast – aplikace moderních nástrojů marketingu v regionální oblasti, konkrétně pro městskou část Praha 3. Marketing představuje prvek řízení města, který může tento rozvoj výrazně podpořit. Práce je rozdělena na teoretickou a aplikační část. Autor správně vychází z teoretického základu marketingu obecného a dále definuje teoretické pojmy jako je neziskový marketing a městský marketing. Lze konstatovat, že první části práce korektně vytváří vlastní teoretický rámec pro další práci.

V aplikační část analyzuje aktuální marketingovou strategii na základě oficiálních dokumentů městské části Praha 3 a výsledky porovnává s teorií. Dále je zde zpracován vlastní výzkum zaměřený na zjištění názoru obyvatel městské části na danou problematiku. Výstupem analýzy a komparace jsou návrhy na zlepšení stávající strategie, revize jednotlivých cílů a jejich prioritizace, čímž byl zároveň splněn i hlavní cíl práce. Na práci hodnotím kladně spolupráci s městskou částí Praha 3 a možnost využití výstupů práce pro praxi.

Otázky k obhajobě:

1. Jaký je současný stav využití nástrojů marketingu v regionální oblasti, konkrétně v podmínkách měst nebo městských částí? Jak se dle Vašeho názoru úroveň tohoto uplatnění liší oproti podnikatelskému sektoru?
2. Zhodnoťte současnou komunikační strategii městské části Praha 3?
3. Jaké nejzásadnější výstupy z Vaší práce by měly být aplikovány v praxi městské části Praha 3?

Datum: 7.5.2013

Podpis vedoucího bakalářské práce: 

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBŘÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce