



Masarykův ústav vyšších studií

Marketing města Říčany

Bakalářská práce: akademický rok 2016/2017

Autor: Jana Trojanová
Personální management v průmyslových podnicích

Vedoucí: Ing. Petra Jílková Ph.D.
Oddělení manažerských studií

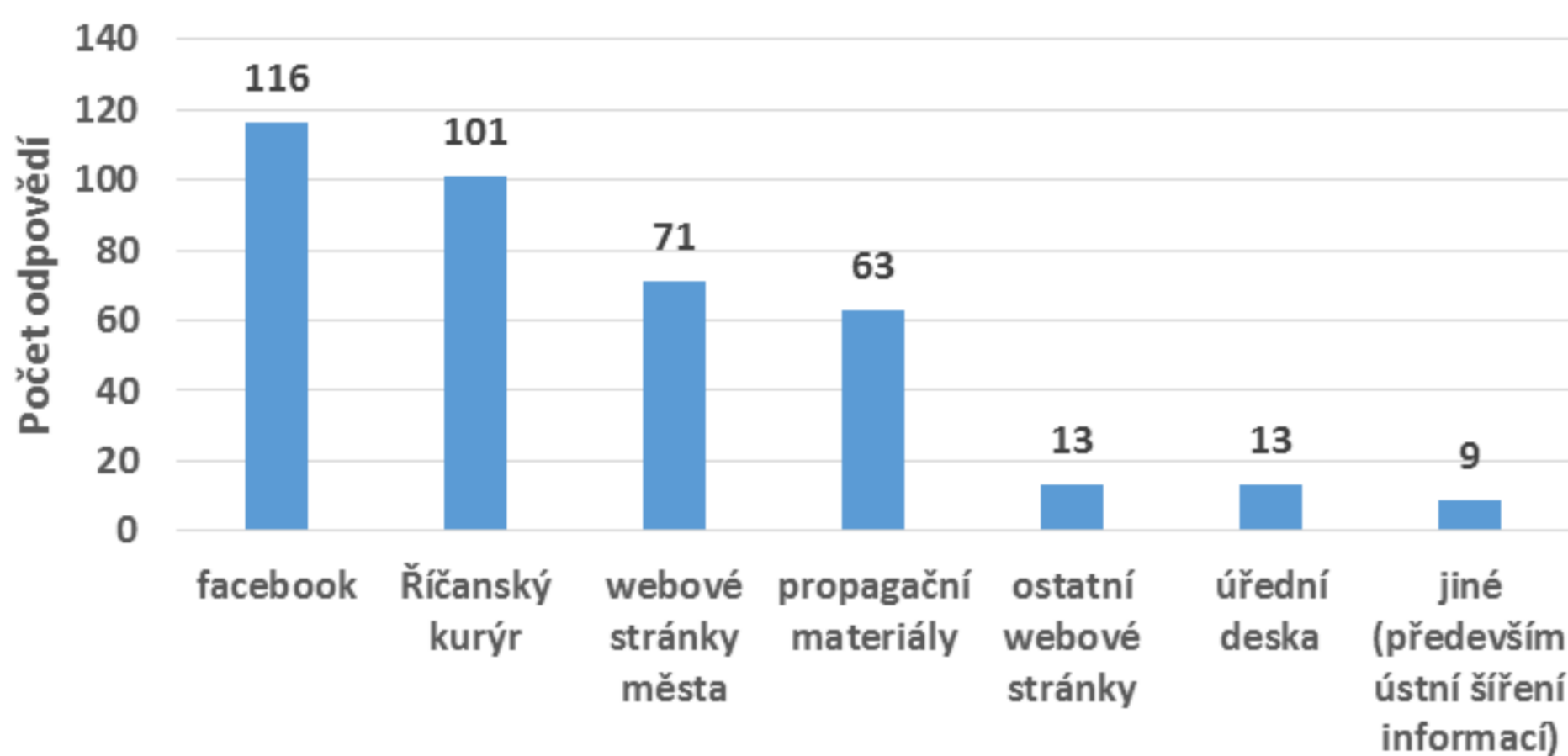
Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá marketingem města Říčany. Teoretická část definuje pojem obec a město a dále přechází k využití marketingu v tomto specifickém prostředí. Praktická část zahrnuje analýzu jednotlivých prvků marketingového mixu a marketingový výzkum. Závěrečná kapitola se věnuje zhodnocení získaných informací a tvorbě doporučení pro rozvoj města.

Cíl práce

Cílem bakalářské práce je vytvořit marketingový mix města Říčany. Dílčím cílem je navrhnout možná doporučení pro rozvoj města.

Z jakých komunikačních prostředků se o činnosti města dozvídáte nejčastěji?



Shrnutí

Zásadní problémy města:

- vývoj obyvatelstva a s tím související:
- čistírna odpadních vod na hranici své kapacity
- silniční doprava
- nedostatek volných míst ve školách

Pozitivně hodnocené oblasti:

- geografická poloha města
- kultura
- sport

Opatření a doporučení pro rozvoj města:

- opětovné vyhlášení místního referenda
- dostavba dálnice D0 a jižního obchvatu Říčany, nová parkovací místa
- zkapacitnění čistírny odpadních vod
- plošná anketa na školách organizovaná městem
- online dotazníky pro hodnocení péče v Nemocnici Říčany
- pořádání více gastronomických akcí
- znovuotevření Sokolského hřiště pro veřejnost
- posílení pochůzkových hlídek policistů napříč městem
- sloučení budov městského úřadu
- navýšení počtu úředníků odboru správních agend a dopravy nebo zviditelnění elektronického rezervačního systému

Abstract

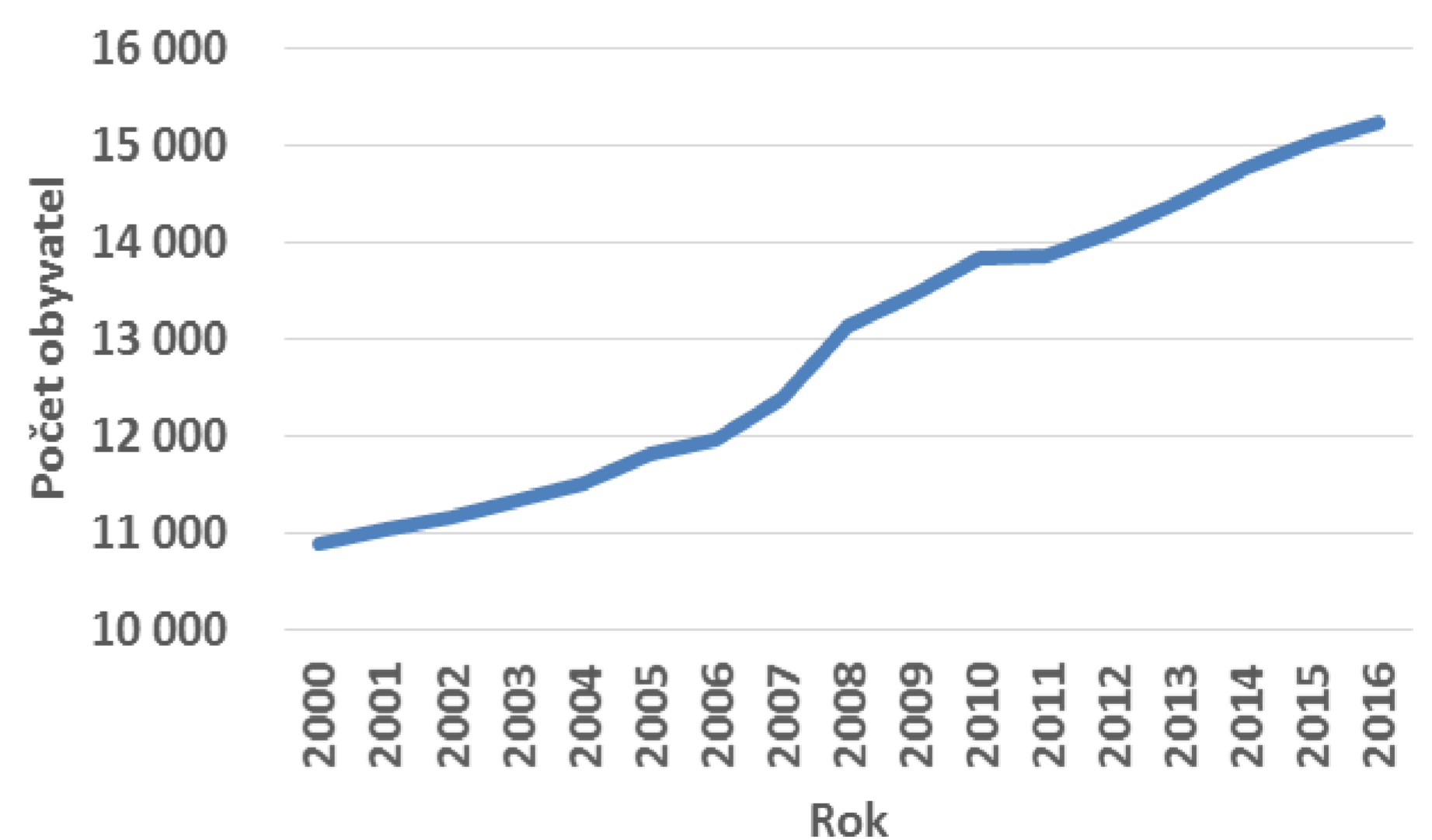
The bachelor thesis is about marketing of Říčany. The primary aim is to create the marketing mix of the city. The secondary aim is to make a suggestion about possible development of the city based on the findings. The theoretical part defines the term municipality and city and clarifies using marketing in these specific conditions. The practical part includes analysis of the elements of marketing mix and marketing research. The final chapter evaluates the findings and makes suggestion about the future development of Říčany.

Marketingový mix

Marketingový mix se vzhledem k obsáhlosti tématu zaměřuje na 4 hlavní nástroje, které mají pro město zásadní význam. Těmi jsou:

- **produkt** (chápán v širším pojetí jako geografická poloha, historie, obyvatelstvo, ekonomika a trh práce, infrastruktura, školství, zdravotnictví, kultura, sport a bezpečnost ve městě)
- **lidé**
- **materiální prostředí**
- **propagace**

Vývoj počtu obyvatel Řičan od roku 2000



Považujete kulturní vyžití ve městě za dostatečné?

