POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	**Marketingová komunikace subjektu veřejného sektoru**
Jméno autora:	**Maxim Trojan**
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Vedoucí práce:	Ing. Petra Králová, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Oddělení manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání **průměrně náročné**

Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.

Práce se zabývá zhodnocením stávající marketingové komunikace MČ Prahy 2 a cílem je představit návrhy na možná zlepšení marketingové komunikace. Student definuje cíl práce: „Cílem této práce je s využitím analýzy současných nástrojů komunikace, analýzy zpětné vazby, rozhovoru s vedoucími odboru a dotazníkového šetření navrhnout možná zlepšení v marketingové komunikaci městské části Praha 2, které by mohly vést ke zlepšení kvality poskytovaných služeb a získání důvěry u veřejnosti.

Splnění zadání **splněno s většími výhradami**

Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.

V teoretické části se student zabývá obecně problematikou neziskových organizací, marketingem neziskových organizací, marketingovým mixem a zevrubně popisuje nástroje komunikačního mixu.
Praktická část stručně charakterizuje Městskou část Prahy 2, dále zde student hodnotí stávající marketingovou komunikaci – a nejen marketingovou komunikaci, student zde pojímá tuto část jako souhrn veškeré komunikace MČ Prahy 2 vůči občanům. Tento popis je obecný, není příliš detailní. Za účelem analýzy marketingové komunikace se student zabývá analýzou online komunikace MČ P2, realizuje dotazníkové šetření. Navržená doporučení jsou spíše obecná a bez návrhu časového harmonogramu. Náklady na navrhované marketingové nástroje nejsou ve většině případů vyčísleny.

Aktivita a samostatnost při zpracování práce **B - velmi dobře**

Posuďte, zda byl student během řešení aktivní, zda dodržoval dohodnuté termíny, jestli své řešení průběžně konzultoval a zda byl na konzultace dostatečně připraven. Posuďte schopnost studenta samostatné tvůrčí práce.

Samostatná práce, konzultace ve finální fázi zpracování.

Odborná úroveň **E - dostatečně**

Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.

Doporučovala bych detailní zhodnocení stávající marketingové komunikace, jasné zaměření na cíl práce – marketingovou komunikaci a neodchylování se od tématu, např. hodnocením obecné komunikace MČ Prahy 2 s občany a problematikou spokojenosti obyvatel MČ Prahy 2.

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce **D - uspokojivě**

Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.

Formální a jazyková úroveň je v souladu s požadavky. Práce by se měla zabývat problematikou detailněji.

Výběr zdrojů, korektnost citací	**B - velmi dobře**
Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.	
Vhodně zvolené literární zdroje – knižní publikace a elektronické publikace, které jsou relevantní k danému tématu. Doporučovala bych využívat i aktuální literární zdroje. Citační korektnost je na standardní úrovni	

Další komentáře a hodnocení
Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.
Práce představuje standardní zdroj informací pro analyzovanou společnost. Analýzy jsou na podprůměrné úrovni.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autor předložené práce splnil vytyčený cíl práce s výše uvedenými výhradami, práci lze doporučit k obhajobě. Vedoucí práce považuje teoretickou i praktickou část práce za podprůměrnou.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **E - dostatečně.**

Navržené otázky:

Porovnejte využívané nástroje marketingové komunikace MČ Prahy 2 ostatními městskými částmi.
Jaké jsou cíle marketingové komunikace MČ P2?

Datum: 3.9.2019 Podpis: