



Ústav:	Ústav marketingu a obchodu
Autor práce:	Bc. Petra Kučerová
Název práce:	Strategie posílení image města Brna v kontextu cestovního ruchu
Vedoucí práce:	Doc. Ing. Kateřina Ryglová, Ph.D.

### Část I – Základní požadavky na diplomovou práci

#### Instrukce pro vyplnění:

1. První část posudku se zaměřuje na kritické části diplomové práce, bez jejichž splnění ji nelze doporučit k obhajobě. Hodnotit tyto aspekty lze pouze odpověďmi ano–ne.
2. Pokud je nejméně jeden z aspektů části I hodnocen negativně, nemůže být práce doporučena k obhajobě. Důvody nevyhovujícího hodnocení je nutno uvést. Druhou část posudku není nutně v takovém případě vyplnit.

1. Obsahuje diplomová práce řádně definovaný cíl práce a tento cíl práce odpovídá požadované náročnosti vzhledem k typu práce?	ANO
2. Literární přehled práce je po metodické a formální stránce řádně zpracován včetně citací a odkazů na použitou literaturu?	ANO
3. Obsahuje diplomová práce přesný popis použité metodiky a je tato metodika vhodná ke splnění cíle práce?	ANO
4. Jsou součástí diplomové práce jednoznačné závěry, doporučení, zdůvodněné návrhy apod., které přináší nové poznatky, popř. informace?	ANO

Zdůvodnění negativních odpovědí, zejména uvedení chybějících, popř. nedostatečných částí:

### Část II – Kvalita diplomové práce

#### Instrukce pro vyplnění:

1. Druhá část posudku se věnuje zhodnocení kvality vybraných aspektů diplomové práce. Práce může získat celkem 0–60 bodů. Nula bodů odpovídá práci, která splňuje pouze minimální požadavky pro přistoupení k obhajobě. Práce hodnocená 60 body je výjimečně kvalitní a invenční ve všech posuzovaných aspektech.
2. Hodnotící stupnice aspektů je pětimístná:
  - splněno pouze na úrovni základních požadavků uvedených v části I (0 bodů)
  - splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (2 body)
  - splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (5 bodů)
  - splněno zcela bez výhrad vyčerpávajícím způsobem (8 bodů)
  - výjimečné, tvůrčí, nadstandardní a zcela správné (10 bodů)
3. Bodové hodnocení jednotlivých aspektů je nutno stručně zdůvodnit, uvést zejména vytykané nedostatky a posouzení výjimečných řešení.

<b>5. Přínos pro praxi, originalita, náročnost práce</b>	<b>Počet bodů: 5</b>
(častost výskytu problému, neexistence obvyklého řešení, nedostupnost řešení pro zkoumané podmínky, očekávaný přínos při splnění cíle, nutná míra specifických znalostí o problematice, ...)	
Téma práce týkající se image města, propagace a komunikace je zcela aktuální.	

<b>6. Kvalita literárního přehledu</b>	<b>Počet bodů: 5</b>
(rozsah zpracované literatury, její aktuálnost, využití cizojazyčné literatury a stěžejních prací, využitelnost přehledu pro vlastní práci, diskuse alternativních pohledů, rozbor použitých citací, syntéza teoretických poznatků a důsledků pro vlastní práci, ...)	
Rešerše literatury je zpracovaná dostatečně, větší pozornost mohla být věnována tématům image, identita a branding.	

<b>7. Vhodnost metodiky a její aplikace</b>	<b>Počet bodů: 5</b>
(diskuze volby metod a komparace s jinými přístupy, možnost ověřitelnosti výsledků metod, správnost aplikace zvolených metod, vhodnost použitých vzorků, ošetření chyb a nedostatků metod, komparace výsledků za využití více metod, zdůvodnění odchylek, ...)	
Metodika odpovídá cíli práce, využita jsou sekundární data i vlastní dotazníkové šetření.	

<b>8. Vlastní práce</b>	<b>Počet bodů: 5</b>
(hloubka provedené analýzy a její reprezentativnost, míra využití poznatků u literárního přehledu, dokladování faktů, vhodnost zdrojů dat, ošetření chyb dat, míra splnění cíle, zodpovězení hypotéz, ...)	
Vlastní práce se příliš nevěnuje analýze současného stavu (propagace, komunikace). Naopak nadbytečná je poziční analýza nesouvisející s tématem práce a stanovenými cíli.	

<b>9. Přiměřenost závěrů, doporučení, návrhů apod.</b>	<b>Počet bodů: 2</b>
(správnost odvozených závěrů, jednoznačnost formulace, adekvátnost, zevšeobecnění závěrů, aplikovatelnost doporučení, zdůvodnění návrhů a jejich dopadů, ...)	
Návrhové části není věnována adekvátní pozornost. Vlastní návrh propagační kampaně včetně stanovení orientačního rozpočtu je nedostatečný.	

<b>10. Logická stavba práce, formální náležitosti</b>	<b>Počet bodů: 5</b>
(správnost členění, logické návaznosti textu, správnost použité terminologie, jednoznačnost a přehlednost grafických prací, jazyková úroveň, ...)	
Předložená práce splňuje formální náležitosti obecně kladené na kvalitu zpracování diplomové práce.	

### Část III – Rekapitulace a závěrečné doporučení

#### Instrukce pro vyplnění:

- Po sečtení bodů zpracovatel posudku vyznačí křížkem celkové hodnocení práce za využití příslušných intervalů bodů.
- Závěrem posudku musí jeho zpracovatel jednoznačně konstatovat, zda práci doporučuje nebo nedoporučuje k obhajobě. Závěrečnou práci lze doporučit v obhajobě pouze v případě, kdy se v první části posudku nevyskytuje negativní odpověď.
- V následující části posudku má jeho zpracovatel možnost se vyjádřit k závěrečné práci jako celku a uvést případné další připomínky a náměty.

Celkový počet bodů: 27 bodů

Celkové hodnocení:

	0–12 bodů	splněno pouze na úrovni základních požadavků uvedených v části I
	13–24 bodů	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky
<b>X</b>	25–36 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky
	37–48 bodů	splněno zcela bez výhrad vyčerpávajícím způsobem
	49–60 bodů	výjimečné, tvůrčí, nadstandardní a zcela správné

Závěrečné stanovisko: **DOPORUČUJI** práci k obhajobě.

Další podněty a připomínky k práci, ke kterým by se měl autor vyjádřit během obhajoby práce:

Jako námět k diskusi navrhuji, aby se autorka zamyslela nad návrhem a doporučením k zlepšení image města prostřednictvím jeho propagace.

V rámci dotazníkového šetření byla položena otázka na dostatečnost propagace města. Jak byl pojem propagace míněn, jaké konkrétní aktivity řadí autorka pod pojem propagace?

Navržená kampaň zahrnuje billboardy a CLV bez upřesnění obsahu. Jaké sdělení má být cílem této kampaně?

Datum: 5. června 2012

Jméno a podpis: Mgr. Markéta Uhnová

Pracovní zařazení oponenta (není-li z PEF Mendelu v Brně): Magistrát města Brna, Kancelář primátora města Brna / Kancelář strategie města, koordinátorka projektů cestovního ruchu