

OPONENTSKÝ POSUDEK

disertační práce zpracované na téma:

„VYUŽITÍ NOVÝCH TRENDŮ V MARKETINGOVÉ KOMUNIKACI VE VEŘEJNÉM SEKTORU“

Zpracovatel: Mgr. Lenka Ševčíková

Oponent: prof. PhDr. Vladimír Šefčík, CSc.

Ad a) Předložená práce je zpracovaná kvalitně a to jak po formální tak i po obsahové stránce. Je přehledně uspořádána a obsahuje všechny náležitosti požadované pro zpracování disertačních prací. Text práce má 123 stran, se 17 obrázky, 38 tabulkami, 18 grafy a 3 přílohami. Je učleněna do 14 kapitol. Obsah práce naplňuje stanovený cíl práce a přesně dokumentuje způsob a postup řešení v jednotlivých etapách zpracování práce.

Ad b) **Aktuálnost zvoleného tématu** jednoznačně vyplývá z potřeby vyvolané nutností dalšího současného rozvoje teorie a praxe v oblasti „marketingu“ – komunikace ve veřejném sektoru. Tento nový směr vyžaduje bližšího zkoumání i v oblasti mimo komerční sektor. Mění se fungování celé společnosti, mění se korporace, mění se lidé. Začíná se soupeřit v citění a fantazii.

Ad 3) **Cíl práce** prezentovaný ve 7. kapitole předložené práce byl zvolen promyšleně a rozdělen do 3 dílčích podskupin. Naplnění stanoveného cíle v předložené disertační práci zahrnuje podstatný obsah doktorské práce zpracované na zadané téma. Kladně hodnotím, že zpracovatelka stanovené cíle disertační práce naplnila naprosto konkrétním obsahem s vysokou odbornou i vědeckou erudicí, což umožnilo zpracovat disertační práci s vysokou úrovní. Za klíčové pak považuji rozpracování tvůrčího cíle, tj. navrhnout a definovat nové trendy marketingové komunikace využitelné ve veřejném sektoru.

Negativně hodnotím, že studentka v 8. kapitole kde vytyčuje hypotézy disertační práce, nevytyčila i možná **omezení** rozpracování těchto hypotéz disertační práce. Ta nejsou v práci dostatečně specifikována.

Ad 4) **Zvolené metody řešení** a přístup k řešení dané problematiky jsou naznačeny v kap. 9. Kladně hodnotím skutečnost, že výsledky práce jsou opřeny o provedení primárního a sekundárního výzkumu v soukromém i komerčním sektoru. Za podstatné k tomuto přístupu však považuji velice uvážlivé a obsahově promyšlené zpracování jednotlivých dotazníků, které bylo srozumitelné pro oslovené respondenty či funkcionáře. Dále i skutečnost, že obsahuje celou šíři problematiky shromažďovaných dat ke zpracování v disertační práci i jednotlivých sledovaných dílčích cílů.

Všechny další uváděné metody ve svém celku představují metody běžně používané při zpracování vědeckých prací tohoto typu. Snad by stálo za zdůraznění, že v této části práce nebyly opomenuty zkušenosti ze zahraniční literatury.

Ad 5) **Výsledky disertační práce.** Jsou uvedeny v kap. 10, 11 a 12. Lze hodnotit, že zpracovatelka Mgr. Lenka Ševčíková v práci předkládá a přináší nové poznatky a přístupy.

Za nejvýznamnější výsledek práce lze vyzdvihnout shrnutí doporučení pro veřejný sektor v oblasti nových trendů.-

Ad 6) Vlastní přínos studenta pro teorii vědního oboru a praxi hodnotím jako jednoznačný a prospěšný. Z teoretického hlediska je aplikování nových trendů marketingu a jejich analýza ve veřejném sektoru významným počinem. Rozšiřuje informaci o marketingu a tím i napomáhá jeho uplatnění ve veřejném sektoru. Přispívá ke zkvalitnění výuky studentů na naší universitě.

Ad 7) Publikoční činnost studenta vztahující se k tématu disertační práce hodnotím jako dobrou. V seznamu prací autora je uvedeno 13 různých pramenů. Z toho v šesti případech samostatně.

Závěr posudku

Disertační práce Mgr. Lenky Ševčíkové zpracovaná na téma: „**Využití nových trendů v marketingové komunikaci ve veřejném sektoru**“, přesvědčivě prokazuje svým obsahem i formou zpracování schopnost studenta k tvůrčí vědecké práci. Disertační práce na uvedené téma je velice aktuální a potřebná pro současnou praxi v oboru marketingu.

V předložené práci studentka jednoznačně prokázala s vysokou odbornou erudicí schopnost řešit a samostatně vědecky pracovat i rozpracovat závažný společenský a odborný problém .

Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem doporučuji předložit disertační práci k obhajobě a po úspěšné obhajobě udělit Mgr. Lence Ševčíkové akademický titul „doktor“, v zkratce PhD.

V rámci vědecké rozpravy požaduji odpověď na tyto otázky:

1. **Jak se trendy uváděné v disertační práci projevují v práci politických stran?**
2. **V práci uvádíte oblasti veřejného sektoru ve kterých jsou nové trendy vhodné. Existuje oblast veřejného sektoru kde je to podle vás vhodné a potřebné, ale marketing se využívá minimálně?**
3. **Ve využívání marketingu v podnikové sféře existují určitá „pravidla hry“ viz. kapitola 6.11. Jak je to ve veřejném sektoru v oblastech které na první pohled s výrobou nesouvisí?**

V Uherském Hradišti dne 3. října 2009

Prof. PhDr. Vladimír Ševčík, CSc.

