

Transformace tradičních průmyslových měst/regionů

Anotace: Tradiční průmyslová města a regiony v zemích střední a východní Evropy byly po roce 1989 postiženy sociálně-ekonomickým úpadkem. Transformační zkušenosti jejich západních předchůdců však byly přenositelné jen zčásti a to ve vazbě na odlišný původ a charakter jejich potíží. Práce by se měla zabývat vybranými aspekty transformace starých průmyslových měst/regionů a pokusit se zmapovat trajektorii jejich vývoje a míru adaptace na stávající sociálně-ekonomické podmínky.

Cíl: Cíl této disertační práce spočívá v analýze a vymezení podobných či stejných atributů a rozdílů v transformaci vybraných starých průmyslových měst/regionů. Budou zde identifikovány faktory a mechanismy na městské/regionální a celostátní úrovni, které ovlivnily průběh transformace vybraných měst/regionů. Nalezená zjištění napomohou formulaci konkrétních doporučení pro aktéry ovlivňující vývoj ve sledovaných městech/regionech.

Městský marketing v České republice

Anotace: Městský marketing je stále populárnějším a dynamicky se rozvíjícím konceptem. V této práci budou analyzovány důvody vzniku a rozšíření tohoto konceptu. Pozornost bude věnována také prvkům, procesům a aktivitám, které náleží do městského marketingu. Vedle teoretických aspektů a souvislostí městského marketingu nebude opominuto ani jeho praktické uplatnění, protože to se postupně stává neoddelitelnou součástí řízení měst. Stále intenzivněji je přitom pocíťována potřeba analýzy a zhodnocení městského marketingu ve vazbě na rozdílnou velikost a polohu našich měst, což bude v práci reflektováno.

Cíl: Cílem této práce je analýza a zhodnocení aktivit městského marketingu ve vybraných městech České republiky. Důraz přitom bude kladen na komparaci aktivit městského marketingu ve městech různých populačních velikostí a ležících v rozdílných regionech. Výše zmíněná velikostní a prostorová diferenciací nám usnadní kategorizaci základních atributů městského marketingu v zemi.