

Bakalářská práce na téma Komunikace města Hradec Králové v letech 2009–2011 analyzuje komunikační aktivity vyvíjené statutárním městem Hradcem Králové zejména v oblasti cestovního ruchu. Rozlišuje přitom komunikaci v České republice a v zahraničí. Práce zkoumá jednotlivé propagační aktivity - jak v rámci informačních center, sdruženích cestovního ruchu, prezentace na veletrzích, - tak i prostřednictvím spolupráce s partnerskými městy. Cílem bylo zjistit, do jaké míry jsou tyto kanály využívány efektivně a zda Hradec Králové svou komunikaci v cestovním ruchu řídí plánovitě v rámci destinačního managementu. Pozornost je věnována i samotnému městu z pohledu historie, urbanismu a hlavních turistických atraktivit. Ze zpracovaného materiálu vychází SWOT analýza, která popisuje nedostatky a vyzdvihuje úspěšné počiny Hradce Králové v komunikaci k návštěvníkům. Analýza zároveň naznačuje příležitosti města. Práce obsahuje konkrétní doporučení pro zlepšení destinačního managementu města tak, aby se Hradec Králové v budoucnu mohl lépe prosadit a vymezit v konkurenci ostatních měst jako město kulturních akcí a hostitelské město významných kongresů.