

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Irena Lichnovská
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza nabídky služeb cestovního ruchu v Olomouci a okolí

Hodnotitel – oponent: Ing. Petr Janeček
Podnik – firma: FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená práce se zaměřuje na analýzu nabídky služeb cestovního ruchu v Olomouci a okolí se záměrem na církevní cestovní ruch. V teoretické části práce autorka vysvětluje základní terminologii cestovního ruchu s jeho specifiky a dále představuje vybranou destinaci. Autorka se dopustila při psaní textu několika nepřesností, které by měly být vysvětleny. Přínosy cestovního ruchu se neprojevují pouze v podnikatelských odvětvích, ale také ve veřejném sektoru. Při přejímání pojmů by bylo vhodné dané výroky okomentovat, neboť ne vždy s nimi lze zcela souhlasit a dodržovat jednotnou terminologii v celé práci (např. str. 12 průmysl cestovního ruchu; str. 31 turistický ruch; str. 50 domácí cestovní turistický ruch, církevní turistika vs. turismus). Autorka se dopouští nesprávného uvádění citačních odkazů (str. 20 www.olomouc.eu, 2015; stejně str. 21, 27; str. 12 dle Ryglóvé (2009)). Autorka se dopustila několika gramatických a stylistických chyb (např. str. 15, 33, 34, 53). Některé pojmy a zkratky v práci by bylo dobré více vysvětlit poznámkou pod čarou, jak je uváděno i jinde v práci (např. str. 29 fort, str. 19 ETC). V kapitole 6 (str. 43) nejsou do produktu zahrnuty primární předpoklady, které jsou nejdůležitější v motivaci k účasti na cestovním ruchu. V kapitole 8 jsou chyby v sestavené

SWOT analýze (str. 48). Mezi hrozby nepatří: nedostatečná propagace, image drahé destinace, chybějící prolínky - to jsou slabé stránky destinace. Mezi příležitosti nepatří: cílené balíčky pro seniory, vytvoření hry - muselo by se přeformulovat např. na segmenty žádající si balíčky, geolokační hry apod. Navržený 3 denní plán výletu - varianta I je časově velice náročný a začátek je stanoven na brzký čas. S ohledem na cílovou skupinu seniory nebo děti je dost náročný. Dále se domnívám, že rozeslání letáků po regionu střední Morava není zcela správně s ohledem na potenciál dalších míst v rámci celé ČR. Kladně hodnotím podrobnou analýzu dílčích produktů destinace a také aktivní spolupráci s oddělením cestovního ruchu Magistrátu města Olomouc. Práce je i přes uvedené nedostatky využitelná v praxi a poukazuje na celou řadu současných nedostatků v propagaci Olomouce jako církevní destinace. Práci hodnotím stupněm velmi dobře a doporučuji k obhajobě.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

V některých z Vašich návrhů výletů jsou jednorázové akce (např. Noc kostelů). Existuje/í alternativní atraktivita nebo eventy, které by mohly být do programů zařazené?

Existuje možnost nalákat na církevní turismus do Olomouce zahraniční návštěvníky?

Jaké cestovní kanceláře se specializují na církevní cestovní ruch a operují v ČR?

Je možné u významných církevních památek Olomouce zajistit soukromou bohoslužbu pro případné účastníky zájezdu? Existuje podobná spolupráce v destinaci u nějaké církevní památky?

V Plzni, dne 5. 5. 2015



Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).