

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Bc. Hana Šmídová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Analýza marketingové komunikace vybrané destinace cestovního ruchu

Hodnotitel – oponent: Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Práce představuje poměrně rozsáhlý a bohatý materiál zaměřený na problematiku destinačního managementu/marketingu. Přesahuje výrazně deklarovaný cíl obdobně jako v teoretické části v zásadách požadovanou rešerši a syntézu sekundárních zdrojů k problematice marketingové komunikace destinací cestovního ruchu - proč tak rozsáhlá teoretická část mimo teorii mtg.komunikace? Kap. 2 např. nemá pro praktickou aplikaci v druhé části práce přílišné opodstatnění. Kap. 3 by se neměla nazývat Management a marketing..., ale Marketing management...vzhledem k obsahu kapitoly. K formálním nedostatkům patří skutečnost, že nebyly použity během zpracování veškeré zdroje ze zadání DP.

Celkově se v práci ztrácí to podstatné, ke kterému měl směřovat cíl práce. Cílem bylo zanalyzovat a zhodnotit současnou marketingovou komunikaci destinace. Násilně a bez provázanosti působí kap. 7-10. Navíc vedle sebe stojící srovnávací analýza a marketingový výzkum představují zcela odlišnou nejen metodiku ale především smysl ve vztahu k zaměření práce. Práci bych doplnila o SWOT analýzu vybrané destinace.




Co tedy vyplývá z kap. 7-9? Jak je s výsledky těchto kapitol pracováno? V části 10? Nakonec i 10.část s návrhy není příliš konkrétní a „objevná“ s ohledem na předchozí části. Výstup v podobě propagační brožury je nejhmatatelnějším, otázka je, zda její existence a podoba nějak souvisí s autorčinou analýzou. Část 10.1.2 (vč. přílohy G) nepojednává o cíleném marketingu, nýbrž spíše pouze o segmentaci trhu dané destinace. V rámci osobního dotazování bylo nashromážděno pouze 24 dotazníků, přestože se nejednalo o kvalitativní výzkum, tento vzorek nemá vypovídací schopnost. Nebyli do něj zařazeni ani cizinci.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Jaké pobídky pro poskytovatele ubytovacích a stravovacích zařízení (s.83) máte na mysli?
2. Na základě jakého kritéria navrhuje do pracovní skupiny uvedené osoby? (s.83)
3. Obhajte tvrzení ze str. 92: "Skutečnost, že se jedná o velmi malou destinaci nacházející se na počátku svého životního cyklu, zabraňuje v uplatnění veškerých poznatků uvedených v teorii."

V Plzni, dne 4.5.2015


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).