

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Lukáš Poduška
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Využití moderních technologií podniky služeb cestovního ruchu

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Zelenka
Podnik – firma: FEK ZČU

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

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

1	2	3	4	N
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na využití moderních technologií u podniků v oblasti cestovního ruchu. Je třeba konstatovat, že autor práci na stejné téma vypracoval a odevzdal v minulém akademickém roce, k práci dostal posudky. Je s podivem, že výtky uvedené v loňském posudku, autor prakticky vůbec nezpracoval.

V první části se autor pokouší o vymezení teoretických poznatků, dopouští se zde zásadního prohřešku, kdy úvodní kapitoly práce nevychází z rešerše širokého spektra zdrojů, ale ze 3 publikací, obě první kapitoly se dají označit za výpisky nikoli teoretickou část bakalářské práce. V práci byly použity pouze 2 z 6 titulů, které jsou v zásadách práce, celkový počet použitých odborných publikací je tristní, citování wikipedie dojem z práce se zdroji podtrhuje. Vizuální dojem z práce, používání nevhodných slov (např. trmácet se a ušetření nervů na str. 23) a často až nesmyslé věty podtrhují nedostatečný zájem autora o zpracování bakalářské práce. V praktické části je velmi odvážně používáno slovní spojení "analýza nabídky", postrádám závěry z provedené "analýzy". V části věnované výzkumu je uveden pouze výčet výsledků bez závěrů, hlubší analýzy a alespoň pokusu o práci s daty. Je naprosto zbytečné v práci uvádět poměrně velké koláčové grafy pro dichotomické otázky. V páté kapitole jsou shrnuty návrhy na zlepšení, které ale dokazují, že se nad nimi autor příliš nezamýšlel. Na str. 49 autor uvádí, že aplikaci CK Blue

Style použilo "pouhých 24% respondentů", nikde ovšem není řečeno, zda se výzkum zaměřoval pouze na zákazníky této CK, zda zákazníci tuto CK vůbec znají, návrhy na zlepšení lze proto považovat za zcela nepodložené. Na str. 49 autor navrhuje ostatním CK tvorbu mobilní aplikace bez hlubší analýzy očekávání zákazníků, funkčnosti apod. Na str. 50 pak doporučuje Čedoku a Invii tvorbu mobilní aplikace, obě společnosti však již aplikaci mají! Návrh využití virtuální reality na pobočkách cestovních kanceláří a návrh na využití "neznačkových brýlí" je až úsměvný s ohledem na spolehlivost takových brýlí při celodenním používání a absenci nákladů pro tvorbu promítaného obsahu. Celkově práci hodnotím jako nevyhovující.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Lze na základě vzorku respondentů vyvozovat závěry pro zkoumanou část populace?

Jaké náklady jsou podle Vás spojeny s vývojem mobilní aplikace, která bude v reálném čase zobrazovat nabídky? Jaké funkcionality doporučujete, aby nová aplikace (viz str. 49) měla?

Vyčíslete náklady na kampaň v TV k propagaci mobilní aplikace a odhadněte návratnost. Považujete za vhodné v reklamě komunikovat mobilní aplikaci k výběru dovolené, když v aplikaci samotné výběr nelze provést a jste přesměrován na webové stránky? Jak "markatní" nárůst (viz str. 49) prodeje zájezdů očekáváte na základě navržené kampaně?

Dopracujte kalkulaci nákladů k návrhu použití virtuální reality na pobočkách cestovních kanceláří. Jak byste tuto novinku doporučoval komunikovat?

Jaký efekt očekáváte od reklamy na Facebooku, do které vložíte měsíčně "několik tisíc" viz str. 49? Jak navrhujete reklamu cílit?

V Plzni, dne 23.5.2019

Podpis hodnotitele