

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Štěpánka Tomková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza služeb a marketingových aktivit vybrané turistické památky
Hodnotitel – oponent: doc.ing.P.Cimler,CSc.
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
A)	☒	☐	☐	☐	☐
B)	☐	☒	☐	☐	☐
C)	☐	☐	☒	☐	☐
D)	☐	☒	☐	☐	☐
E)	☐	☒	☐	☐	☐
F)	☐	☒	☐	☐	☐
G)	☐	☐	☒	☐	☐
H)	☐	☒	☐	☐	☐
I)	☐	☐	☒	☐	☐
J)	☐	☒	☐	☐	☐
K)	☐	☒	☐	☐	☐
L)	☐	☒	☐	☐	☐
M)	☐	☒	☐	☐	☐
N)	☒	☐	☐	☐	☐
O)	☐	☒	☐	☐	☐

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Práce se zaměřuje na marketing destinace lokálního významu, autorka využívá znalostí a teoretických poznatků a promítá je do konkrétní praktické situace. Cíl je deklarován jasně, obsahem i formou práce je v podstatě naplněn. Práce je psána přehledně v přiměřeném rozsahu i proporci teoretické a praktické části. Autorka však nevěnovala dostatečnou pozornost korektuře textu - viz např. SWOT analýza aj.

Výhrady lze mít k rozporům mezi obsahem a názvem kapitol/subkapitol - kap. 1 Turistické památky v cestovním ruchu o tomto nepojednává (tedy: co jsou turistické památky?), kap. 2 avizuje problematiku Marketingu, obsahuje však problematiku návštěvnosti, marketingový mix je pak zařazen do samostatné kapitoly 3. Není zřejmé z praktické části, proč je v teorii pojednáváno o procesu marketingového plánování - práce ale neřeší mtg.plán zámku Nebílovy.

Těžištěm práce a nejpřínosnější je kap. 5, na kterou navazuje v 6.kapitole SWOT analýza (bez návrhu strategií např. k využití silných stránek...). Není zřejmé, zda návrhy k rozšíření služeb a zvýšení návštěvnosti (kap. 7) mají objektivní zdůvodnění v předchozích analýzách, či jde o invenci autorky.

Bez ohledu na připomínky (další následují v rámci otázek) považuji práci ve skupině bakalářských prací za velmi dobrou.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Lze uvažovat o spolupráci s jinou památkou většího významu při propagaci zámku Nebílovy?

Jak se konkrétně projevuje spolupráce s privátními zámky D.Lukavice a Příchovice?)

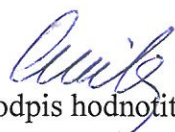
Je možná spolupráce s restaurací naproti zámku při prezentování možnosti stravování při návštěvě zámku?

Jaká je struktura návštěvníků?

Považujete skutečně hustou síť cyklostezek či množství kulturních památek v okolí za silnou stránku samotného zámku Nebílovy?

V čem se projevuje a má dopad slabost stránky "malý zájem místních obyvatel o památku"?

V Plzni, dne 30.4.2015



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).