

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Dušan TRAN
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Informační a komunikační technologie v podnicích služeb cestovního ruchu

Hodnotitel – oponent: Ing. MLNÁŘÍK Pavel
Podnik – firma: KMO FEK ZČU v Plzni

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	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
J	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Bakalářská práce se zabývá informačními a komunikačními technologiemi v podnicích služeb cestovního ruchu. Rozdělena je na část rešeršní, kde autor vytvořil základ pro část empirickou. Jako hlavní cíl si práce klade "definovat, jakým způsobem se projevuje e-tourism, obzvláště jak je zpracována webová prezentace určité destinace a konkrétních produktů poskytovaných v rámci destinace."

Práci negativně ovlivňuje přesnost formulace, např. str. 8 "Se změnami preferencí spotřebitelů a jejich schopnostmi se snadno informovat a porovnávat jednotlivé služby či destinace se neustále inovují možnosti nabízení a využívání služeb." Některé části práce jsou velmi obtížné na četbu, kdy je využíváno až přespříliš dlouhých souvětí, ve kterých se čtenář může velmi rychle ztratit, což není vhodné pro akademickou práci. Leckdy chybí správná interpunkce ve větách. Na str. 10 by se hodila pro dělení infografika, dokonce by stačily pouze odrážky pro lepší formální úpravu práce. Totéž platí na str. 12, kde by se určitě hodil obrázek s faktory, které destinaci ovlivňují.

Některé části práce nejsou tzv. dotažené do konce. Např. na str. 9 je zmínka o Maslowově pyramidě potřeb. Jako čtenář bych očekával vložený obrázek, kde bude přesně vyznačeno, kde se nacházejí služby v rámci cestovního ruchu.

Autor zdůrazňuje u webu www.dolnipooohri.eu, že je z hlediska user experience indispozice obsahu (textem, obrázky atd.). V pozici oponenta této práce také postrádám obrázky, které by oživily danou práci. Odkaz na hlavní stránku je uveden až na konci popisu, což je čtenářsky velmi nepříznivé a zcela nelogické.

Velmi vhodně byla použita metodologická triangulace v prováděném průzkumu, resp. výzkumu, díky níž se zvýšila validita celé práce. To z mé pozice vyrovná chybu v anglickém názvu práce - communication (nikoliv comunication).

I přes uvedené nedostatky doporučuji práci k obhajobě a navrhuji klasifikovat stupněm Výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Na str. 14 uvádíte, že díky ICT v cestovním ruchu vznikly nové pracovní příležitosti a některé logicky zanikly. Uveďte, prosím, konkrétní příklady.

Na str. 15 uvádíte, jak CRM systém dokáže ovlivnit podporu prodeje, informační služby nebo marketing firmy. Nastiňte toto tvrzení na příkladu z praxe.

Na str. 20 je zmínka o tom, že webová prezentace firmy by měla zákazníky nasměrovat k nákupu. Je tomu vždycky tak? Musí jít vždy jen o nákup?

V Plzni, dne 21. května 2018



Podpis hodnotitele