

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Lucie Kohoutková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Strategie marketingové komunikace destinace cestovního ruchu

Hodnotitel – oponent: Petr Janeček
Podnik – firma: FEK/KMO

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Práce se zabývá marketingovou komunikací destinace. Je zvláštní, že autorka zvolila oblast, která není v praxi reálně řízena jako destinace. Destinace Plzeňsko neexistuje jako pravá destinace ale jako turistická oblast. Teoretická část vychází převážně z české literatury, pomíneme-li asi 3 zahraniční zdroje. V teorii jsou vysvětlovány základní pojmy, které nejsou pro téma práce zásadní v takovém rozsahu. Teorie není komparována, doplňována většími komentáři autorky. Některá data jsou dostupná i v aktuálnějších zpracování. Citace jsou částečně uváděny pod čarou a někdy jen v seznamu literatury, což není obvyklé. V analytické práci se prolíná několik úrovní řízení, což je velmi zmatené a pro čtenáře, který nezná situaci Plzeňského kraje nepochopitelné. Autorka píše o odboru CR KÚ Plzeňského kraje jako o společnosti, což také ztěžuje orientaci. Výzkum je proveden pomocí dotazníku. Stanovené hypotézy bych nazval raději výzkumnými předpoklady nebo tvrzeními, protože o hypotézy v pravém slova smyslu se nejedná. Počet a výběr respondentů není zcela standardní. Respondenti byly věkově i geograficky nerovnoměrně zastoupeni a část jich nebyla objektivně vybrána (obyvatelé Plzeňského kraje). Výsledky výzkumu jsou prezentovány pouze pomocí četností a koláčových grafů. Návrhy se vždy netýkají pouze tématu práce. Některé návrhy jsou dost naivní (např. 6.1, 6.3, 6.4 apod.) a chybí jim strategický pohled na věc. Návrhy týkající se marketingové komunikace jsou dobré. V práci je řada

formálních, gramatických i stylistických chyb, které kazí celkový dojem z práce. Pozitivně hodnotím analýzu činností řídicích orgánů/organizací v Plzeňském kraji a návrh komunikace "destinace" Plzeňsko. Práci doporučuji k obhajobě s klasifikací dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaké jsou USP zkoumané turistické oblasti?

Vysvětlete rozkol v hodnocení piva a pivovarské tradice ve SWOT analýze destinace Plzeň.

Jaké organizační bariéry existují ve vzniku "destinace" Plzeňsko?

Diskutujte návrh 6.1. především možnost vlastnění DMO Plzeňským krajem a PO Plzeň-TURISMUS.

Je toto reálný návrh?

V Plzni, dne 20.5.2019

Podpis hodnotitele