

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Bc. Táňa Moučková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Sociální síť jako nástroj marketingové komunikace
 destinací turismu

Hodnotitel – vedoucí práce: Doc. Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

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 (řešeršní 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Cílem diplomové práce byla komparace využívání a efektivity sociálních sítí Facebook a Instagram vybranými organizacemi destinačního managementu (DMO). Na základě analýzy pak vyhodnotit marketingovou komunikaci na sociálních sítích a navrhnout opatření pro jejich efektivnější využití. Cíle jsou vhodně nastaveny z hlediska následného praktického využití, autorka na zadání a zpracování práce spolupracovala se Středočeskou centrálou cestovního ruchu.

Teoretická část je kvalitně zpracována, autorka využívá široké spektrum zdrojů, vč. cizojazyčných, a to i vědeckých studií z oboru marketingu a turismu. Úvodní obecnější podkapitoly k destinačnímu managementu a marketingu a marketingové komunikaci destinace mohly být stručnější, na druhou stranu

rozebírají detailně problematiku koncepce destinačního managementu a organizací destinačního managementu v ČR, která je vhodná jako základ pro správné pochopení výchozí situace v oblasti marketingové komunikace destinací na oblastní úrovni. Pozor na nesprávné označení organizace UNWTO (dnes již UN Tourism) jako Světové obchodní organizace.

Zvolené metody jsou vhodně využity a vedou tak ke splnění cílů práce. Výsledky jsou interpretovány v některých případech trochu nelogicky a ne zcela srozumitelně (např. komparace komunikace DMO na FB a Instagramu nebo vyhodnocení hypotéz), ke zpřehlednění pak ale přispívá souhrn poznatků na závěr ucelených částí.

Návrhy navazují na výsledkovou část a vyplývají ze zjištěných závěrů. Výběr návrhu opatření pro dvě turistické oblasti s nejhoršími výsledky je k celkovému rozsahu práce opodstatněný, nicméně výsledky práce umožňují navrhnout obdobně opatření i pro další destinace, což považuji za významný praktický přínos této diplomové práce.

Práci hodnotím stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Konzultovala jste již finální výsledky Vaší práce se zástupci Středočeské centrály cestovního ruchu?
Jak často by krajská DMO měla provádět obdobný výzkum?

V Plzni, dne 28. 5. 2024

Podpis hodnotitele