

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Tomáš Střeleček
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketingové aktivity vybrané destinace v České republice

Hodnotitel – oponent: Doc. Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

Podnik – firma:

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cílem této práce bylo "analyzovat marketingové aktivity a nástroje marketingové komunikace zvolené destinační oblasti". Následně je cíl specifikován v kapitole 2.1 "Prostřednictvím navržených marketingových komunikačních aktivit zvýšit návštěvnost destinace a současně zjistit jaká je úroveň povědomí návštěvníků destinační oblasti o sociálních sítích spojených s touto destinací". Hlavním cílem práce by neměla být analýza samotná, nicméně další specifikace cíle už směřuje ke konkrétnějším návrhům. Osobní motivace ke zpracování práce uvedená v úvodu by neměla být hlavním důvodem zpracování práce. Tím by měl být praktický nebo teoretický přínos k současnému poznání.

Struktura práce není zcela běžná, autor provazuje v kapitolách teoretické poznatky s výsledky analýz a v některých případech i doporučení. Doporučil bych spíše oddělit teoretický základ od výsledkové a návrhové části.

Teoretický základ je založen převážně na česky psané literatuře, mohlo být využito více zahraničních cizojazyčných zdrojů. V některých částech chybí aplikace základní teorie marketingu na odvětví marketingu destinací turismu.

Metodika je pak uvedena v kapitole Marketingový výzkum společně s teoretickým zázemím, což opět není zcela běžné. Výzkumná otázka k dotazníkovému šetření zní „Jaká je úroveň povědomí návštěvníků destinační oblasti o sociálních sítích spojených s touto destinací“. Ta úzce specifikuje cíl, ale nikde předtím není uveden důvod proč ke zúžení ze všech marketingových aktivit došlo.

Kombinace osobního dotazování a online dotazování na sociálních sítích může být vhodná, nicméně výsledky jsou pak značně zkresleny. Autor však tento fakt neuvádí jako limit práce, stejně tak jako vzorek, ze kterého pak vyvozuje nepřesné závěry. Některé interpretace jsou založeny pouze na subjektivním názoru autora.

Návrhová část by měla více navazovat na výsledky výzkumu a být jimi argumentována. Předložené návrhy jsou však smysluplné a v praxi by mohly být dobře proveditelné, lze ocenit i spolupráci autora s DMO a výsledky orientované pro praktické využití.

Z jazykového hlediska se autor v práci nevyvaroval stylistických a gramatických chyb.

Přes uvedené nedostatky celkově hodnotím práci ještě stupněm dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Uveďte na základě literatury, jak lze aplikovat Porterův model pěti sil na konkurenceschopnost destinace turismu.
2. Specifikujte institucionální a organizační zabezpečení Vámi navrhovaných aktivit (Den Sušicka...)

V Plzni, dne 21. 5. 2024

Podpis hodnotitele