

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Bc. Barbora Štolbová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Marketing vybrané destinace cestovního ruchu se zaměřením na internetovou prezentaci

Hodnotitel – oponent: Petr Janeček

Podnik – firma: ZČU FEK

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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Práce se zabývá aktuální problematikou marketingové komunikace moderními komunikačními nástroji. V práci bych předpokládal jiné uspořádání kapitol (specifika Plzeňského kraje umístit za kapitolu marketing destinace). Vymezení termínu destinace je velice krátké, ale s ohledem zaměření práce hlavně na marketing destinace je akceptovatelné. V teoretické části zaměřené na marketing na internetu bych využil více aplikace na oblast destinace a cestovní ruch. Analytická část přináší mnoho informací z různých analýz, které byly provedeny. Jako velký přínos práce hodnotím srovnání marketingové komunikace jednotlivých krajů. V analýzách je zacíleno více na funkcionální stránku webu a existenci některých prvků na webu než na kvalitu obsahu a kreativitu stránky. V dalších výzkumech by bylo zajímavé na tyto analýzy navázat ve smyslu kvality a designu stránek. V práci se vyskytlo několik drobných stylistických a pravopisných chyb (str. 30, 47, 54, 61, 93, 96...), které ovšem nemají na kvalitu práce velký vliv. Ve SWOT analýze bych zařadil do jiného kvadrantu výrok "nevyužití potenciálu titulu Plzeň EHMK 2015". Zajímavé jsou výstupy analýzy oční kamerou. Je škoda, že se dotazníkové šetření nepodařilo provést na větším vzorku respondentů. I tak práce



vykazuje velkou náročnost na vypracování díky kombinaci celé řady výzkumných metod a nabízí mnoho zajímavých zjištění, která mohou být užitečná pro praxi. Práce splňuje podmínky kladené na typ kvalifikační práce v navazujícím stupni studia a doporučuji ji k obhajobě se známkou velmi dobře.

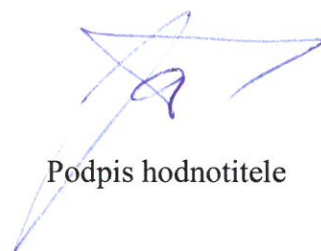
Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaký charakter mají webové stránky Plzeňského kraje? Jsou více informativní nebo obchodně zaměřené?

Jak jsou na tom stránky Plzeňského kraje v porovnání s weby zahraničních vyspělých destinací? Existují zásadní rozdíly?

Existují produkty, které by mohly být prodávány za pomoci webových stránek Plzeňského kraje? Uveďte příklad.

V Plzni, dne 11. 5. 2016



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).