

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

**Jméno studenta:** Bc. Matina Rymusová  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Analýza marketingové komunikace města Plzně - návštěvník, turista  
**Hodnotitel – oponent:** Petr Janeček  
**Podnik – firma:** FEK ZČU

**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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Předložená práce se zabývá marketingovou komunikací destinace cestovního ruchu. Teoretická část je zpracována dobře. Velmi pozitivně hodnotím využití poznákového aparátu, který jasně vysvětluje některé pojmy. V teoretické části bych očekával větší důraz na specifika a aplikaci na destinaci cestovního ruchu. Praktická část se skládala z celé řady analýz, které podrobně zkoumaly jednotlivé nástroje komunikačního mixu. Velmi rozsáhlá část byla věnována analýze tištěných materiálů. Zde bylo pro její podrobnost složité pro čtenáře udržet pozornost a dokázat výsledky porovnávat. Doporučil bych rozčlenění kapitol a shrnutí a porovnání výsledků. Dále následovala analýza webových stránek, kde autorka prokázala schopnost využití metody eye-trackingu. Následovala část benchmarkingu, který vykazoval velký vliv subjektivity. Na závěr autorka stanovuje doporučení, které by mohla vést ke zlepšení marketingové komunikace destinace. Práce, s ohledem na rozsah, nemůže obsahovat kompletní a komplexní pojetí marketingové komunikace destinace, ale i tak je prokazatelně využitelná pro současnou praxi. Práce obsahuje několik pravopisných a stylistických chyb (např. 19, 22, 30, 58, 72, 76, 89). Autorka se dopustila k terminologickým nepřesnostem (str. 15 turistika vs.

turismus). Některé obrázky jsou hůře čitelné (str. 21, 18). I přes uvedené, je práce kvalitní a poukazuje na aktivní přístup autorky k tématu. Práci doporučuji k obhajobě se známkou velmi dobře.

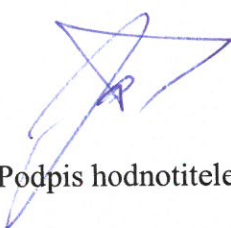
**Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Jakým způsobem ovlivnil marketingovou komunikaci města titul Evropského hlavního města kultury 2015?

Jsou tendence využít titulu i v budoucnu, jakožto silného komunikačního tématu?

Jak hodnotíte marketingovou komunikaci města z pohledu kreativity?

V Plzni, dne 20. 5. 2016

  
Podpis hodnotitele

---

Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> 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](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).