

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

**Jméno studenta:** Bc. Michaela Maroušková  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Image jako konkureční výhoda destinace cestovního ruchu

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.  
**Podnik – firma:** KMO FEK ZČU

**Kritéria hodnocení:** (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

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

Studentka se ve své diplomové práci zabývá problematikou image destinace na příkladu Finska. Je zřejmé, že autorka ke zpracování práce přistupila se zaujetím. Využívá široké palety výzkumných metoda zaměřuje se na influencer marketing. Autorka využívá spíše kvalitativních přístupů.

Teoretická část práce je poměrně subtilní, image destinace je zde věnována poměrně krátká část. Autorka zde vysvětluje pojmy a aspekty použité dále v práci, což je správné, ale ocenil bych mírně šířeji zpracovaný kontext práce, především s ohledem na omezení na vybrané aspekty, které autorka zkoumala.

Praktickou část autorka pojímá poměrně široce s využitím různých výzkumných metod. Je zajímavé, že studentka neřešila alespoň část výzkumu z pohledu destinační společnosti (tj. někoho, kdo marketing destinace realizuje), ale vybírala hlavní zkoumané aspekty pohledem návštěvníka. Je možné, že by bylo příhodnější hodnotit marketingovou komunikaci konkrétního subjektu, tj. prozkoumat, jestli společnost propagující Finsko/Laponsko zvolila vizuály dobře s ohledem na českého návštěvníka. Při zpracování dat z dotazníku studentka volí spíše jednoduché přístupy k analýze, a také tvrzení nejsou potvrzována či vyvrácena statisticky.

V závěru práce studentka prezentuje doporučení pro destinaci. Jsou spíše stručně rozpracované, což je v kontextu možností studentky a typu návrhů a doporučení odpovídající. Na druhou stranu by bylo logické a zaměření práce odpovídající navrhnout doporučení pro destinaci směřující na potenciální české návštěvníky (čeští respondenti byli v práci klíčoví), i proto ne zcela souhlasím s návrhy v kap. 5.4. V práci mi také chybí souhrn (syntéza) výsledků všech realizovaných průzkumů, ze kterého by pak autorka vyšla při doporučeních, takto se zdají být provedené výzkumy spíše nezávislé, než směřující ke společnému cíli. Zpracovávané téma je velice náročné (jak z hlediska problematiky image, tak i kvůli volbě zahraniční destinace). Studentka zjistila mnoho zajímavých informací, ale podle mého názoru je nedokázala propojit v jasnější závěry a doporučení. Práci navrhuji hodnotit ještě klasifikačním stupněm velmi dobře.

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

Ukažte základní statistické údaje z hlediska cestovního ruchu ve Finsku a srovnajte je s Českou republikou.

Proč jste zvolila Instagram jako zkoumanou sociální síť?

Doporučení v kap. 5.4 je směřována na jaké potenciální návštěvníky?

Jaké je pozice destinace Finsko (či Laponsko) na trhu cestovního ruchu v kontextu zásady č. 4?

V Plzni, dne 8. 6. 2020

Podpis hodnotitele