

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta filozofická
Katedra germanistiky a slavistiky

PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(Posudek vedoucího)

Práci předložila studentka: Zuzana Pešková
Název práce: Kommunikationskanäle für eine erfolgreiche Messekommunikation
– Komparation der ausgewählten Messen in Tschechien und Bayern

Hodnotil: Ing. Zdeněk Vávra, Ph.D.

1. CÍL PRÁCE:

Bakalářská práce pojednává o komunikačních kanálech pro úspěšnou komunikaci na veletrzích. Jejím vyústěním má být srovnání vybraných veletrhů z Česka a Bavorska. Autorka v práci demonstruje, že veletržní komunikace je důležitým faktorem marketingu. Komunikační politiku chápe v nejširším slova smyslu, tedy nejen jako osobní rozhovory, ale zabývá se i nonverbální komunikací a nástroji online a off-line. Jedná se o téma společensky významné a dosud málo řešené (virtuální veletrhy a příslušné platformy představovaly v letech 2020-2022 novou realitu v obchodním světě). Cíl práce byl splněn.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ:

Obsah práce se shoduje s názvem práce a se zadaným tématem v plném rozsahu. V teoretické části (kap. 1-4) autorka postupuje od terminologického vyjasnění pojmů *veletrh* a *komunikace* přes klasifikaci veletrhů, účastníků veletrhů a jejich cílů až po komunikační politiku a zásady úspěšného rozhovoru na veletržním stánku. Teoretická část se vyznačuje komplexností a názorností. Autorka uvádí řadu konkrétních příkladů pro jednotlivé entity, což je z hlediska tématu bakalářské práce nanejvýš účelné. Metodologie, představení oslovených vystavovatelů, transkripce čtyř interview a jejich rozbor tvoří náplň praktické části (kap. 5-7). Autorka se potýkala v období převážně rušených veletrhů vlivem pandemie covid-19 s nižší ochotou respondentů vyjadřovat se k daným otázkám (z více než desítky firem reagovaly čtyři; přehled kontaktovaných podniků doložen v tabulkách na s. 37-38), nicméně se jí podařilo získat relevantní odpovědi, které jsou náležitým způsobem komentovány a doplněny vlastní rešerší k dalším veletrhům v Česku a Bavorsku (kap. 8). Autorka s informacemi pracuje aktivně, rozebírá je, porovnává a prezentuje v přehledných tabulkách. Výsledky výzkumu a klíčové body obsahuje shrnutí na s. 68-70.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA:

Práce je psaná v německém jazyce. Dvě interview byla vedena v českém jazyce (viz originální verze otázek v příloze č. 3) a následně autorkou přeložena do německého jazyka, dvě interview byla vedena přímo v jazyce německém. Grafická podoba práce, gramatika i stylistika jsou na výborné úrovni. Práce zahrnuje devět tabulek a tři grafiky. Přílohy č. 1-6 v závěru práce jsou plně funkční. Citace a odkazy na literaturu jsou správné.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE:

Téma organicky zapadá do profilu absolventa oboru Cizí jazyky pro komerční praxi, neboť při jeho zpracování autorka čerpala jak z disciplín ekonomických, tak z předmětů lingvistických. Poznatky jsou propojeny do organického celku a prezentovány uceleně, díky čemuž čtenář získá plastický obrázek o efektivních nástrojích veletržní komunikace. Vedoucí práce oceňuje dlouhodobý zájem autorky o zvolené téma a preciznost zpracování. Práce splňuje i ta nejpřísnější měřítkla kladená na bakalářskou práci psanou v cizím jazyce.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ:

V roce 2022 se řada veletrhů koná opět v prezenční formě, přesto jejich podoba patrně již nikdy nebude taková jako před pandemií covid-19. Např. Mezinárodní veletrh papírenských potřeb Insights-X v Norimberku se letos poprvé uskuteční pouze během tří pracovních dnů. Klade důraz na příjemnou atmosféru, která podporuje networking a sdílení zkušeností. S jakými inovacemi veletrhy dále přicházejí, aby zůstaly konkurenceschopné? Uveďte na příkladech minimálně dvou konkrétních veletrhů.

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA: výborně

Datum: 17.05.2022

Podpis: