

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Jan Flesar
Studijní program: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace destinace cestovního ruchu

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní 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 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Cíl bakalářské práce je v úvodu definován jako "identifikovat aktuální marketingovou komunikaci Karlovarského kraje, zjistit její silné a slabé stránky a na základě tohoto poznání následně navrhnout opatření pro zlepšení marketingové komunikace této destinace". V závěru je však cíl definován odlišně, dílčí cíle nejsou vhodně formulovány. Teoretický přehled je logicky členěn, autor se snaží na zdroje kriticky nahlížet, i když ne vždy se to zcela daří. Obecné teoretické poznatky z marketingu se snaží aplikovat na problematiku destinací cestovního ruchu, používá množství zdrojů, i zahraničních monografií a článků. Výsledky dotazníkového šetření jsou spíše popisné, v některých případech není jejich interpretace zcela přesná. Z výsledkové části není zřejmé využití sekundárních dat (tourdata.cz) se zaměřením na německou klientelu. Návrhová část se omezuje na konkrétní opatření v podobě tvorby promo videí, chybí však provázanost s výsledky výzkumu a návrh koncepčního řešení.

Práce při kontrole plagiátorství vykazuje shodu 29 %, která je však způsobena opakovaným odevzdáním práce a neúspěšnou obhajobou v roce 2022 a nejedná se o plagiát. Naopak shoda v této míře ukazuje, že práce byla významně přepracována a doplněna, autor pravidelně konzultoval dílčí části. I přes uvedené nedostatky a nedokonalou práci s odborným jazykem hodnotím práci na pomezí stupně velmi dobře a dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

1. Uveďte silné a slabé stránky současné marketingové komunikace Karlovarského kraje jako destinace turismu.
2. Jaké zdroje informací využívají nejčastěji návštěvníci při pobytu v této destinaci, případně při rozhodování o návštěvě?

V Plzni, dne 16. 5. 2023

Podpis hodnotitele