



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Valeryia Hryhoryeva

Název práce: Destinační marketing. Vnímání a propagace Budapešti, realita a hyperrealita.

Autor posudku: Mgr. Ing. Libor Lněnička, Ph.D.

Cíl práce: Cílem bakalářské práce je zhodnotit destinační marketing města Budapešť, analyzovat způsoby propagace a odlišnost reality a hyperreality vybraných atraktivit.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Systém našel 9% shodu, což je zanedbatelné (<10 %). Nevyšší shoda je vykazována u závěrečných prací, kdy na podobné téma byla již bakalářská práce zpracována (se zaměřením na město Vídeň). Ostatní shody jsou pod dvě procenta.

Autorka použila dostatečné množství literatury pro literární rešerši. Pro zahraniční destinaci bylo mj. použito velké množství webových zdrojů v maďarském a anglickém jazyce. Větší chybovost je vykazována v teoretické části, kdy některé zdroje uvedené v literatuře nejsou v textové části práce zmíněny (KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v cestovním ruchu. Praha: Grada, 2013. 208 s. ISBN 978-80-247-4603-6; MORRISON, Alastair M. a SLÁMOVÁ, Dana. Marketing pohostinství a cestovního ruchu. První vydání. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN: 80-85605-90-2; ZELENKA, Josef a PÁSKOVÁ, Martina. Cestovní ruch. Výkladový slovník. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN: 978-80-7201-880-2; ZELENKA, Josef; PÁSKOVÁ, Martina; HUSÁKOVÁ, Martina. Aplikace umělé inteligence, kognitivní vědy a informačních a komunikačních technologií v udržitelném cestovním ruchu. Vyd.1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. 338 s. ISBN 978-80-7435-536-3; БОДРИЙЯР, Жан. Симулякры и симуляции. [Online]. Москва: Издательский дом „Постум“, 1981. 240c. ISBN 978-5-91478-023-1). Dále jsou chybně označeny v textu (Carney a kol. (1997), správně je 2001; Luhmann (2004), správně je 2014) nebo se nevyskytují na konci v seznamu literatury (Kiráňová a Straka (2016); Vašítková (2014); Stienmetz a kol. (2022); Friedrich Albret Lange (1886) nebo Baudrillard (1981)).

Dílčí připomínky a náměty:

Téma bakalářské práce spadá pod studovaný obor a autorka prokázala svůj vlastní přínos. V práci jsem žádné závažné nedostatky neshledal.

V metodice bych očekával větší zdůvodnění výběru památek. Autorka píše „...na základě osobních preferencí a turistické návštěvnosti.“ Statistiky návštěvnosti památek jsem však v práci nenašel.

Přínosem je nejen vlastní rovnání různých webových zdrojů, ale i porovnání s realitou na základě autorčiny návštěvy města. Pozitivně hodnotím i zpracování mentální mapy na str. 20.

V práci se vyskytnou některé zkratky. Přestože jde o známé až obecné zkratky, měly by být v práci vysvětleny. Např. ICT, CR, VR, BKK, HDR apod.

Práce by zasloužila před odevzdáním jazykovou kontrolu. Některé obraty a slova nejsou z pohledu češtiny srozumitelné. Ale vzhledem ke jménu autorky se dají takové chyby tolerovat, protože nenarušují celkový kontext vět. V některých případech ale překlepy mohou vézt ke změnění (např. str. 26 hysterický význam (historický); str. 37 rubínový bar (ruinový bar)).

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Autorka prokázala tvůrčí přístup k tématu práce. Výrazné pozitivum je provedení terénního průzkumu stezek a řízení rozhovoru. V diskusi byla výzkumná otázka zodpovězena a v závěru byly cíle práce splněny.

Práce je velice přínosná a může se stát inspirací pro další výzkumy v této oblasti.

Otázky k obhajobě:

1. Mohou ovlivnit vnímání reality památek města další sociální sítě jako X (Twitter), Tik Tok? Jakým způsobem?
2. Jakým způsobem je prezentována Budapešť prostřednictvím videí na kanálu YouTube? Na jaký obsah jsou nejvíce videa zaměřena?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Brně, dne 20. května 2024

podpis