

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Strategie marketingové komunikace pro vybranou organizaci destinačního managementu

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Vebrová Michaela

Vedoucí práce: Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

| | | |
|---|---|----------|
| Práce splňuje zadání | Ano | X |
| | Ne | |
| Aktuálnost tématu | Velmi aktuální | X |
| | Aktuální | |
| | Nadčasové-neutrální | |
| | Neaktuální | |
| Náročnost tématu | Náročné teoreticky i metodologicky | X |
| | Teoreticky náročné | |
| | Metodologicky náročné | |
| | Relativně jednoduché | |
| Struktura práce | Úplná, logická | X |
| | Úplná, logicky špatně koncipovaná | |
| | Neúplná, logická | |
| | Neúplná, logicky špatně koncipovaná | |
| Literatura a práce s ní | Originální prameny | X |
| | Aktuální prameny | |
| | Zastaralé prameny | |
| | Aktivně využité, organicky zapracované | X |
| | Využité pasivně, věcně správně citované | |
| | Nedostatečně využité | |
| Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy) | Optimální množství | X |
| | Postačující množství | |
| | Příliš četné na úkor textu | |
| | Nedostatečné | |
| | Organicky spojené s textem | X |
| | Vhodné doplnění textu | |
| | Formální bez užších vazeb na text | |

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

| | | |
|-----------------------------|--|----------|
| Vlastní přínos práce | Formulace původních závěrů | X |
| | Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů | |
| | Chybí formulace vlastních závěrů | |

Další hodnocení:

Práce se zabývá strategií marketingové komunikace vybrané organizace destinačního managementu. V teoretické části je dostatečně hluboko řešena problematika marketingu v cestovním ruchu, specifika, trendy. Metodika dostatečně postihuje cíl a popis metod k jeho dosažení. Analytická část je poměrně obširná a hluboká, další šetření lze považovat za korektní. Některé výstupy mají spíše charakter konkrétních kampaní či opatření, než strategického přístupu, nicméně v tomto případě je konkrétnější rozpracování žádoucí. Problematika dané destinace byla zpracována komplexně, s odůvodněnými návrhy, a proto doporučuji práci k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V práci navrhuje využívat princip komunikace, kdy obsah tvoří sami zákazníci (User generated content). Můžete uvést tři konkrétní příklady?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Navrhujete spolupráci s influencerem na principu barteru. Máte zjištěno, zda by to influencerům stačilo? Případně objasněte svůj záměr.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

| | | |
|---------------------------|-------------------------|----------|
| Výsledné hodnocení | doporučuji k obhajobě | X |
| | nedoporučuji k obhajobě | |

Datum: 19.05.2023

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz