

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Management a marketing destinace cestovního ruchu Polabí

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Čihulová Lucie

Oponent práce: Ing. Helena Smolová, Ph.D.

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

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

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

Další hodnocení:

Z hlediska logičnosti celé práce a návaznosti jednotlivých částí mám značné výhrady. Není mi zcela jasné, proč je předložená bakalářská práce zařazena pod obor „marketing“, neboť jak autorka sama uvádí (např. hned v souhrnu), v práci byl proveden rozbor současného destinačního managementu a předloženy návrhy na jeho zkvalitnění. Zaměření práce nemá s marketingem téměř nic společného, navíc ani vzdáleně neodpovídá oficiálnímu zadání, dle kterého měl být provedena analýza a komparace marketingového mixu dvou vybraných destinačních společností. S tím souvisí rovněž i to, že navrhované produkty by si zcela jistě zasloužily mnohem komplexnější zpracování – v předložené podobě se jedná více méně pouze o jejich hrubý nástin. Praktická část práce je rovněž „natažena“ řadou grafů týkajících se dotazníkového šetření, které by zcela jistě měly být umístěny do příloh. Informace ohledně postupu dotazníkového šetření mají být součástí metodiky, nikoli praktické části práce. Aplikační část samotná tedy ani nenaplnuje požadovaný rozsah. Dále, vzhledem k tomu, že SWOT analýza je důležitou součástí praktické části práce, domnívám se, že v teoretické části by jí měl být věnován mnohem větší prostor než stávající dvě věty. V předložené práci se vyskytují formální nedostatky drobnějšího charakteru, stejně jako v citacích a v seznamu použité literatury. Z hlediska češtiny je v některých částech textu použito neobratných či těžkopádných formulací. Stejně tak v terminologii se lze setkat s řadou nepřesností.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V práci se zmiňujete, že byla použita metoda pozorování, ale v metodice se o ní blíže nevyjadřujete. Můžete toto konkrétní použití charakterizovat?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaké další doporučení byste dané oblasti navrhla v oblasti výzkumu a analýz trhu?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

V práci zmiňujete pojem „image destinace“ – můžete tedy charakterizovat image Polabí?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	X

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Datum: 05.01.2015

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, O.P.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz