

**POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Marketing destinace cestovního ruchu

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Fischer Vít

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

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

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

**Další hodnocení:**

Záměrem práce je na základě šetření vyvodit doporučení pro zlepšení turistického ruchu v destinaci Šumperk. Autor navazuje na některé již zpracované studie, provádí místní šetření i obsahovou analýzu zdrojů, které se cestovního ruchu v dané oblasti týkají (např. jak je hodnoceno ubytování, atp). Teoretická východiska jsou zpracována poměrně solidně, nicméně v praktické části dochází k určitým zavádějícím postupům. Autor se nepoměrně zaměřuje na komunikaci s místními občany (jelikož vyházel ze zdrojů místní samosprávy) a z menší části řeší komunikaci vůči stávajícím či potenciálním návštěvníkům (turistům). Tedy např. závěry typu zlepšit komunikaci úřadu, aby občané věděli, co se ve městě děje, není nosnou částí oblasti cestovního ruchu. Druhou částí, která není zcela na odborné úrovni, je segmentace. Místo toho, aby si autor snažil vymezit, které segmenty by byly vzhledem k daným zdrojům destinace nejperspektivnější, a z toho nadále vycházel, tak se s problematikou cílových skupin vypořádal tak, že převzal několik různých údajů o návštěvnosti (více méně náhodných). i přes několikrát upozornění zastává názor, že takto budou jeho doporučení podložena dostatečně. Doporučení v oblasti komunikace směrem k získání zahraniční klientely v podstatě nejsou žádná. Za nejcennější považují doporučení zajistit určitou integrovanost v komunikaci vůči cílovým skupinám v cestovním ruchu. Přes některé diskutabilní přístupy lze práci doporučit k obhajobě.

**Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

V doporučeních uvádíte, že "Ubytovací kapacity vyšší třídy ve městě chybí, díky čemuž nedokáže přitáhnout náročné návštěvníky na delší dobu" - proč se domníváte, že existence luxusních hotelů znamená dlouhodobý pobyt cizinců?

**Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Protože v letech 2014-2019 byly nejpočetnějšími zahraničními návštěvníky Němci, Poláci a Slováci, tak je automaticky označujete za nejperspektivnější skupinu. Jak byste je tedy získával? (v práci o tom nijak nepíšete, tak to nyní dodatečně uveďte)

**Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

Většinu své práce stavíte na studii, která byla provedena v roce 2014. K jakému posunu v oblasti cestovního ruchu od té doby došlo?

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

**Datum: 16.05.2020**

---

**Podpis vedoucího práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz