



## POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Barbora Sodomková

**Název práce:** Sociální sítě v marketingu cestovního ruchu

**Autor posudku:** Ing. Libuše Svobodová, Ph.D.

**Cíl práce:** Cílem práce je analyzovat využití sociálních sítí v marketingu cestovního ruchu hradů a zámků na území České republiky.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Dílčí připomínky a náměty:

Předložená práce má na bakalářskou práci dostatečný rozsah.

Autorka pro sepsání práce použila dostatečný počet aktuálních informačních zdrojů.

Použité zdroje jsou uvedeny v závěru. Autorka prokázala, že umí pracovat s citacemi.

Bakalářskou práci vhodně doplňují tabulky, obrázky a grafy.

Práce je psána srozumitelně, pečlivě a přehledně.

Bakalantka práci konzultovala a pravidelně na ní pracovala. Zároveň prokázala schopnost samostatně pracovat.

### Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Bakalářská práce svým charakterem splňuje požadavky kladené na kvalifikační práce bakalářského studia. Práce je vyvážená a splňuje deklarovaný cíl. Bakalantka řeší

zajímavou problematiku, která se věnuje oblasti sociálních sítí v marketingu cestovního ruchu. Stěžejní částí bakalářské práce je praktická část, kde autorka analyzovala a zhodnotila používání Facebooku a Instagramu všemi hrady a zámky v České republice. Data jsou dále rozdělena dle krajů ČR. Autorka při psaní prokázala svou erudovanost v dané problematice. Práce a její výsledky mohou být prakticky využity.

Práce splňuje metodické pokyny pro psaní BP/DP na Fakultě informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové.

**Otázky k obhajobě:**

Uveďte, kterým směrem se bude podle Vašeho názoru ubírat využívání sociálních sítí hrady a zámky v České republice.

Uveďte možné důvody, proč sociální sítě používá pouze 33 % hradů a 18 % zámků v České republice.

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: A**

**V Hradci Králové, dne 17. května 2017**

---

**podpis**