

HODNOCENÍ OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

OPONENT BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (JMÉNO, PŘÍJMENÍ A TITULY)	BAKALÁŘ (JMÉNO, PŘÍJMENÍ, PŘÍPADNĚ I TITULY)
Pavel Tvrzník, Ing. Dr.	Anna Ovečková

NÁZEV PRÁCE **VINAŘSKÝ TURISMUS V PODOBLASTI VELKOPAVLOVICKÉ**

Úroveň splnění tématu BP	A	B	C	D	E	F
stupeň splnění cíle	X					
logická stavba práce a návaznost částí		X				
hloubka provedené analýzy		X				
vhodnost použitých metod	X					
úroveň použití metod	X					
závěry práce	X					
vlastní přínos studenta k tématu	X					
význam pro teorii / praxi	X					

Splnění formálních náležitostí BP	A	B	C	D	E	F
práce s literaturou, citace	X					
úprava práce – text, grafy, tabulky, ...	X					
styl, jasnost formulací	X					
gramatická úroveň, překlepy	X					

Pro uvedení konkrétních připomínek a otázek k práci, resp. průběhu zpracování použijte druhou, případně i další strany hodnocení.

U obhajoby požadují odpověď na následující otázky:

- Jak vnímáte dopad vinařské turistiky na běžný život v obci. Má nějaká negativa?**

NAVRŽENÁ ZNÁMKA:
(POUŽÍVEJTE STUPNICI A, B, C, D, E, F)

A – VÝBORNĚ.

Slovní hodnocení práce:

Předložená bakalářská práce se věnuje jedné z oblastí cestovního ruchu, která patří mezi velice populární a oblíbené pro oblast Jižní Moravy. V teoretické části je charakterizováno vinařství České republiky, jeho historie až po současnost včetně specifik jednotlivých podoblastí. V poslední části je charakterizován vinařský turismus. Postrádám zde legislativní aspekty týkající se vína, jeho prodeje, dělení vín, což může významným způsobem ovlivňovat ekonomiku vinařského podnikání. Praktická část je zaměřena na vlastní výzkum, který má být

předpokladem aplikovatelných doporučení. Na bázi dotazníkového šetření 101 respondentů se autorka dále zaměřuje na známé obce dané podoblasti a jejich vinařskými činnostmi, které mají popularizovat a podpořit marketingový komunikační mix dané obce.

Z návrhové části pak hodnotí marketingovou komunikaci jako celek s důrazem na „content marketing“, jeho praktické využití v komunikaci se zákazníky. Zaujala mě návrhová myšlenka, resp. návrh nového typu vinařské akce „Vinobraní s vinařem“. SWOT analýza, především její slabé stránky dávají další možné náměty na zlepšení marketingové komunikace vybrané podoblasti a předložená práce tak nabízí mnohem více možností na praktické využití.

Závěr:

BP je propracovaná naplňuje stanovený cíl.

Bakalářskou práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení: **A – výborně**.

Oponent bakalářské práce: Dr. Ing. Pavel Tvrzník

Datum, místo a podpis oponenta: 18. 5. 2021, Brno