

POSUDEK OPONENTA **BAKALÁŘSKÉ** PRÁCE

Jméno studenta: Simona Koleková

Název práce: Sociální média v marketingu cestovního ruchu

Autor posudku: Tomáš Burda

Cíl práce: Analyzovat sociální sítě v marketingu cestovního ruchu a jejich vliv na cílovou skupinu tvořenou studenty cestovního ruchu FIM UHK.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Výsledek anti-plagiátorské kontroly ukázal pouze menší shodu 3 % s jinými odbornými pracemi a to většinou v seznamu literatury a zdrojů případně v abstraktu práce.

Dílčí připomínky a náměty:

Práce je napsaná ve slovenštině, proto nemohu relevantně posoudit stylistickou, terminologickou (tu pouze omezeně) a gramatickou úroveň bakalářské práce, přesto však nevidím žádné větší závady po této stránce. Autorka používá i vzhledem k inovativnosti tématu aktuální literaturu a zdroje včetně těch zahraničních. Formální stránka práce je dobrá. V grafech by neměly být podíly v procentech uváděny na desetinná místa (v textu jsou údaje zaokrouhlené a v grafech 1. a 2. nikoliv). Ne vždy je dodržen jednotný zápis prací v seznamu literatury (položky 20, 32 versus položka 22). Někde jsou webové odkazy podtrženy, jinde nikoliv.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Využití sociálních médií v cestovním ruchu je stále častější, ale jako předmět výzkumu je to poměrně nové téma. Velmi obsáhle je zpracovaná teoretická část věnovaná marketingu a sociální sítím a jejich použití v cestovním ruchu. Na ni navazuje kvantitativní výzkum v podobě dotazníkového šetření omezeného pouze na studenty cestovního ruchu na UHK (omezenosti platnosti výsledků práce si je autorka vědoma). Práci tedy hodnotím jako přínosnou pro obor management cestovního ruchu, jde spíše o vstupní studii, která seznamuje s touto problematikou a doporučuji pokračování v dalším výzkumu zejména pomocí kvalitativních metod. Práce vyhovuje požadavkům kladeným na závěrečné práce na FIM UHK.

Otázky k obhajobě:

1. Je podle vás možné použít sociální sítě v marketingových produktech v cestovním ruchu zaměřeném na všechny věkové kategorie a jak byste případně oslovila zákazníky středního a vyššího věku?
2. Vzhledem k povaze práce spíše jako vstupní studie mohla byste navrhnout uplatnění některých výsledků práce v praxi cestovního ruchu?

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne **9. května 2023**

podpis