



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Aneta Mihalicová

Název práce: Marketing vybrané cestovní kanceláře. Online marketing

Autor posudku: Mgr. Petr Hruša, Ph.D.

Cíl práce: Analýza a následné zhodnocení webových stránek cestovní kanceláře

AVANTI TOUR s následnou komparací konkurenčních webových stránek vybraných CK.

Analýza Instagramového profilu a doporučení pro zlepšení propagace na této síti.

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

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Text BP je v pořádku, protože anti-plagiátorská kontrola zjistila celkovou podobnost 0%.

Dílicí připomínky a náměty:

Práce s použitou literaturou:

V teoretické části autorka sice odkazuje na citace, ale vždy za odstavcem uvádí celý zdroj, což neodpovídá požadovanému citačnímu stylu. Částečně používá kontextové citování, ale v mnoha případech tento tip citování nepoužívá, což je na škodu. V mnoha případech používá přímé citace a v práci toto není uvedeno, vše vypadá jako parafrázování. Některé kapitoly jsou z jednoho zdroje (3.1 a 3.3) a postrádám přínos studentky, kde jsou za sebou seřazené citace, ale autorka je nepropojila adekvátním způsobem.

Citační chyby:

Str. 6 – Jakubínová (2012) – není v seznamu použité literatury

Str. 9 – Cohen (1972) – není v seznamu použité literatury

Str. 15 – Semerádová (2019) – v seznamu uvedení Semerádová a Weinlich

Str. 16 – Businessgram (2021) – v seznamu Businessgram (2020)

V seznamu použité literatury autorka odkazuje na dvě publikace – Čech (1998) a Kvasnička (2013), které nejsou uvedeny v textu BP. Kapitola 3.2 Rozdíly mezi CK a CA je v práci nadbytečná, protože se nepojí s tématem ani cílem práce.

V kapitole Metodika chybí výběr participantů, tzn. zda byl výběr záměrný či náhodný, z kolika osob byl tento vzorek vybrán, atd.

Praktická část je celkem přehledně zpracovaná s tím, že jsou představeny všechny CK a testování použitelnosti webu. Kap. 4.4.3 se jmenuje Informace o participantech, kde jsou skutečně informace o nich, ale zároveň je tam sumář jejich odpovědí na 4 otázky, které se u každého z nich opakují a dochází tak ke zbytečnému prodlužování textu. Graf 2 je pro čtenáře nesrozumitelný, protože při součtu procent vychází cca. 50% a můžeme polemizovat o tom, kde je zbytek. Jsou to ostatní města?

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

V BP byl splněn hlavní cíl a odpovězeno na výzkumné otázky. Práce se týká aktuálních problémů cestovních kanceláří a autorka se snažila prokázat vliv internetových stránek na potencionálního zákazníka. Z výsledků je patrné, jak webové stránky mohou ovlivňovat zákazníka a určitě by bylo zajímavé porovnat celkový počet prodaných zájezdů např. za posledních 5 let.

I přes některé uvedené připomínky k BP ji považuji za přínosnou a studentka prokázala samostatnou tvůrčí činnost a splnila podmínky kladené na BP.

Otázky k obhajobě:

- 1) Byl proveden předvýzkum k uvedeným otázkám pro participanty?
- 2) Jak byli participanté do výzkumu vybráni?
- 3) Řekněte další možnosti propagace CK mimo web a Instagram.

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: D

V Hradec Králové, dne 15. května 2021

podpis