



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Veronika Šmejkalová

**Název práce:** Destinační marketing, vnímání a propagace Vídně, realita a hyperrealita

**Autor posudku:** Pavlína Chaloupská

**Cíl práce:** Zhodnotit destinační marketing a porovnat realitu a hyperrealitu v turistické destinaci Vídeň.

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Kontrola ukázala celkovou podobnost 2%. Podrobná kontrola ale neukázala pochybení autorky.

### Dílčí připomínky a náměty:

Tato bakalářská práce zpočátku působí velmi propracovaně, autorka v představuje cíl práce a velmi pečlivě se věnuje teoretickým aspektům. Bohužel bakalářská práce v závěru (především v závěru praktické části) dělá dojem, že ji autorka dokončovala v časové tísní. Hlavním (prvním cílem) práce je zhodnocení marketingu destinace, tento cíl plní autorka velmi okrajově. Z metodiky není zřejmé, jakým způsobem plánovala autorka destinační marketing Vídně hodnotit. V závěru práce pouze zodpovídá svou výzkumnou otázku a uvádí, že „Vzhledem k závažnosti situace spojené s COVID-19 bylo k analýze destinačního marketingu využito jen webových zdrojů.“ Problémy spojené s nákazou ovšem začaly až v březnu, tedy v období, kdy by měla mít autorka svůj výzkum ukončen. Z odpovědi na

výzkumnou otázku vůbec nevyplývá, která instituce zastřešuje destinační marketing ve Vídni.

Druhým nedostatkem práce jsou rozhovory, které jsou zmíněny v metodice „*Zajímavým přínosem byly rozhovory se třemi návštěvníky Vídně, kteří přispěli svými názory a zkušenostmi. Rozhovory probíhaly pouze online formou, vzhledem k závažnosti situace a nemožnosti Vídeň osobně navštívit*“. Stejně jako v minulém bodě nerozumím tomu, proč si autorka nechala výzkum až na období březen 2020. Závažnější ovšem je, že nikde není uvedeno, kdy a s kým tyto rozhovory probíhaly, v bakalářské práci chybí minimálně seznam kladených otázek stejně jako rozbor a výsledky těchto rozhovorů.

Dalšími méně podstatné nedostatky jsou:

- Vložení kapitoly o Wiena City Card doprostřed kapitoly o zábavním parku Pratr.
- Kapitola 3.2.1.1 je zpracována jen na základě jednoho zdroje.
- V některých místech je použito kontextové citování pomocí výrazu „autor“, ale je natolik vzdáleno originální citaci (str.16), že je obtížné v textu zjistit, že čeho autorka citovala.

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Tato bakalářská práce se zabývá velmi zajímavým tématem hyperreality. Tomuto tématu se autorka věnuje velice pečlivě jak v teoretické, tak i v praktické části a k výsledkům nemám žádné výhrady. Bohužel prvním cílem práce si autorka stanovila zhodnocení destinačního marketingu a tento cíl nebyl splněn. Toto autorka zdůvodňuje současnou situací způsobenou virem COVID-19, která ale vznikla až v březnu 2020. Stejně tak rozhovory, které mohly podpořit závěry šetření, nejsou v práci rozebrány a citovány, bohužel s podobným zdůvodněním.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Jakou jste si před zahájením výzkumu stanovila metodiku pro zjištění destinačního marketingu Vídně? Jaká organizace zaštiťuje destinační marketing ve Vídni?
2. Zajímala jste se o statistiky návštěvnosti Vídně a jednotlivých památek? Víte kolik návštěvníků má Vídeň ročně?
3. Mohla byste jmenovat možné důvody rozdílu v prvcích hyperreality mezi jednotlivými památkami ve Vídni?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: D**

**V Hradci Králové , dne 15. května 2020**

---

**podpis**