



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Jan Novák
Název práce: Zlepšení propoagace atrakce v cestovním ruchu (Zoo Praha)
Autor posudku: Mgr. Michal Trousil, Ph.D.
Cíl práce: Vytvořit produkt, který by mohl zajistit zlepšení návštěvnosti Zoo Praha (se zaměřením na návštěvníky ze zahraničí) a zjistit postoj a reakce zahraničních obyvatel na daný produkt.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	A	C	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" 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"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" 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"/>

Dílčí připomínky a náměty:

Viz níže

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Autor si zvolil smysluplný cíl, jehož dosažení předchází teoretická východiska opírající se o teorii marketingu, kterou již v teoretické části občas propojuje s problematikou zoo.

Mezi slabé stránky lze uvést občasné jazykové a terminologické nepřesnosti, nejasné časové vymezení a uvedení zdroje u některých informací (zejména v „výzkumné“ části, např. kap. 2.2.3; 3.2.8.2). Jako problematický lze označit i způsob odkazování na zdroje, kdy autor k číselnému odkazu přidává rok a teprve poté č. stránky, přičemž to vše v kulaté závorce. Autor vyhodnocuje marketing v Zoo Praha ve vazbě na teoretická východiska a postavení Prahy v cestovním ruchu. Následně v empirické části vytváří návrh reklamního produktu, včetně logicky správné finanční analýzy nákladů a návratnosti. Poté autor formuloval několik hypotéz, jejichž správnost se snažil ověřit dotazníkovým šetřením. Ze slabých šetření je nutné nejprve uvést, že hypotéza „C“ je formulována chybně a v autorově situaci

neměřitelná. Autor neuvádí, jakým způsobem docházelo k distribuci dotazníků (nelze se spokojit jen s informací, že „elektronicky“), resp. jak byli potenciální respondenti získáváni. Otázky v dotazníku měly být číslovány a autor mohl věnovat pozornost vzájemnému propojování dílčích výsledků (např. rozdíly v charakteru odpovědí těch, kteří Zoo Praha již navštívili apod.). Z formálního hlediska je nutné také vytknout skutečnost, že v díle chybí (dle výnosu děkana) povinné kapitoly Shrnutí výsledků a Závěry a doporučení, což je zcela zbytečná, hrubá, formální chyba, protože z obsahového hlediska jsou tyto informace v díle zakomponovány.

I přes uvedené nedostatky je dílo zpracováno přehledně, logicky a smysluplně. Z hlediska obecných požadavků na bakalářskou práci ho lze označit za vyhovující.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jaké jiné zvíře by bylo možné použít do autorova reklamního produktu, aby to odpovídalo České republice?
- 2) Jak by bylo možné ověřit, zda reklama na letišti zvýšila návštěvnost zoo?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C – velmi dobře

V Hradci Králové, dne 13. 5. 2016

podpis oponenta práce