

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Blanka Steinerová

Název práce: Social media as a tool of promoting city tourism, Kingston upon Hull
Sociální media jako prostředek propagace městského cestovního ruchu

Autor posudku: Miloslava Černá

Cíl práce: zhodnotit současnou úroveň působení města online za použití dvou strukturovaných rozhovorů a dotazníkového šetření

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

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

V tomto bodě nejsou k práci žádné výhrady.

Dílicí připomínky a náměty:

Tématem bakalářské práce je propagace městského cestovního ruchu prostřednictvím využití sociálních médií. Studentka si zvolila formu případové studie propagace univerzitního města Hullu (*Kingston upon Hull*).

Autorka strávila v rámci Erasmus+ programu akademický rok 2019/2020 na univerzitě 'University of Hull'. Cenné podklady k bakalářské práci systematicky získávala a zpracovávala již na místě a zodpovědně konzultovala postup přes Zoom.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Téma práce odpovídá zaměření studentky. Do standardní struktury práce autorka včlenila zdůvodnění volby tématu.

Jazyková kompetence autorky je na výborné úrovni, autorka velmi dobře pracuje se zahraničními zdroji.

Za cíl práce si autorka stanovila určit, jak je město Hull prezentováno na sociálních médiích, především na Facebooku, Instagramu, Twitteru a YouTube. K hlavnímu cíli se pojí tři podcíle, které autorka definuje v kapitole 2 Cíle a metodologie práce. Z těchto podcílů, jejichž dosažení tvoří výstup celé práce, vyzdvihují formulaci doporučení vedoucí ke zlepšení obrazu města na sociálních médiích. Dalším výstupem, který je možné považovat za přidanou hodnotu je záměr autorky poskytnout získaná data Univerzity v Hullu, na které studentka v rámci Erasmu studovala, k propagaci města a jeho přiblížení studentům. Použité metody a postup řešení jsou přehledně zpracovány s odkazy na relevantní zdroje. V teoretické části se v jednotlivých, na sebe navazujících kapitolách věnuje klíčovým pojmům: City tourism, Social media marketing, Social media promotion of city tourism, zajímavou je podkapitola 'New trends in social media promotion'. Praktická část je vystavěna na kvantitativně-kvalitativním výzkumu, který se skládá ze dvou základních komponentů: 2 strukturované rozhovory, doplněné o dotazníkové šetření. Autentičnost a aktuálnost jsou charakteristikami předkládané studie, která reflektuje trendy v propagaci destinace pomocí sociálních médií.

Otázky k obhajobě:

- 1) Pracovala jste s širokou škálou literárních zdrojů, které z nich pro vás byly nejvíce inspirující?
- 2) Do dotazníkového šetření se zapojilo během 2 měsíců 222 respondentů. 43% respondentů vyplnilo českou verzi dotazníku. Zjistila jste nějaké rozdíly v odpovědích mezi českou a anglickou verzí?
- 3) Jedním z vašich doporučení je zvýšit prezentaci univerzity na sociálních platformách. Jaké platformy máte na mysli? Šla byste ve volbě až na trendy streamovou platformu Twitch?
- 4) Docházíte ke zjištění, že místní obyvatelé vnímají důležitost propagace měst na internetu jinak než návštěvníci. Jak by bylo možné s tímto zjištěním dále pracovat a jak jej zohlednit v doporučení na zlepšení propagace Hullu v rámci destinačního managementu?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Hradci Králové, dne 18. května 2021



podpis