



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Krásová, Markéta
Název práce: Destinační management a marketingové využití regionálních produktů a místních specialit
Autor posudku: Mgr. Alexandr Gregar, Ph.D.
Cíl práce: Specifikovat regionální produkty a stravování na Hradecku, zjistit povědomí zaměstnanců TIC a IC na Hradecku o této problematice a zájem návštěvníků TIC a IC o místní stravování a regionálních produktech.

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 checked="" 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"/>
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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" 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"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dílčí připomínky a náměty:

Vložte připomínky k práci

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Autorka se zabývá tématem prezentace regionálních produktů a místních specialit v turistické oblasti Hradecko (v rámci destinačního managementu a marketingu této oblasti). Představuje regionální produkty a místní speciality této oblasti a zajímá se o jejich propagaci v TIC, v teoretické části si klade otázky po významu regionálních produktů pro marketing destinace (včetně smyslu a významu speciálního značení produktů). V teoretické části se autorka zabývá obecnější problematikou CR, především významem destinačního managementu a místními produkty coby součástí marketingu destinace, speciálními formami prodeje (např. farmářské trhy, gastrofestivaly...), gastroturismem, či významem značení (kap. 3.3. je přehlednou a výstižnou informací o problematice)

Kap. 4 přináší kvalitní informace o destinační turistické oblasti Královéhradecko, která se rovněž zabývá propagací regionální gastronomie. Kapitola je poněkud „rozevlátá“ (od marketingových aktivit TIC pře historii gastronomie až k eventům, lidové tvořivosti a receptům... Ale přináší velmi zajímavé a využitelné informace. K vlastmu tématu se vrací kap. 4.5.2., která se zabývá i hodnocením značek, ke gastronomickým akcím se autorka vyjadřuje pouze v informativním přehledu. Výraznou součástí teoretické části jsou odkazy k literárním a internetovým zdrojům.

V empirické části hledá autorka odpovědi na otázky po prezentaci a propagaci regionálních produktů a vybavenosti pracovníků TIC k jejich prezentaci. Autorka zvolila formu dotazníkového šetření k povědomí pracovníků TIC, ale i jejich návštěvníků o pojmu regionální produkt a místní specialita. Výzkumným vzorkem byl zaměstnanci TIC (autorka se nespolehala jen na anonymní oslovení!), souhrn výsledků vedl autorku

Přínosem práce je zejména její teoretická část – souborným shrnutím problematiky včetně zajímavostí z této oblasti, empirická část je hodnocením některých marketingových aktivit a jejich zvládnutí personálem TIC, které autorka sumarizuje ve shrnutí výsledků.

Otázky k obhajobě:

1. Jakým způsobem lze docílit toho, aby do propagace regionálních výrobků byli zapojeni sami výrobci
2. Je EET dostatečným důvodem pro to, že se regionální výrobky neprodávají přímo v TIC?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C - velmi dobře

V Hradci Králové, dne 3. května 2017

Mgr. Alexandr Gregar, Ph.D.

podpis