



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Klára Vorlová

Název práce: Produkt cestovní kanceláře jako prostředek rozvoje cestovního ruchu

Autor posudku: Mgr. Jaroslav Kacetl, PhD.

Cíl práce: Cílem práce bylo zhodnotit produktovou nabídku CK Alvarez a porovnat úspěšnost této CK s celkovou úspěšností českých CK.

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 checked="" 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"/>
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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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:

Dají se vytknout občasné jazykové nepřesnosti. Například, str. 4: „Tato data jsou buď nepřístupná a ta veřejně dostupná nejsou příliš podrobně zpracována.“; str. 6: „...ale jejich rozdíl spočívá...“, místo např. „odlišují se“; str. 29: „Mezi nejoblíbenějšími destinacemi patří...“; apod. Dále počet zdrojů je poměrně nízký – dohromady jich je dvacet, z toho 7 tištěných. V části „Shrnutí a diskuze výsledků“ mohla autorka přehledně zopakovat své výzkumné otázky a k nim přiřadit odpovědi. Dále bylo by vhodné vymežit, kdo je cílovou skupinou CK Alvarez, od čehož by se mohla odvíjet analýza toho, jak se tuto skupinu (ne)daří oslovit.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Výzkumné otázky se logicky vztahují k tématu a cíli práce. Metodika přehledně popisuje autorčin postup práce. Teoretická část svým obsahem odpovídá tématu práce – autorka popisuje tvorbu produktu, zmiňuje nové trendy v cestovním ruchu, vysvětluje, jak se uplatňuje marketing v cestovním ruchu. V praktické části autorka analyzuje statistiky a dokumenty týkající se CK Alvarez a zodpovídá své výzkumné otázky.

Otázky k obhajobě:

1. Píšete, že CK Alvarez spolupracuje s jinými CK (str. 28). Proč právě s těmito? Na čem je založena tato spolupráce?
2. Kdo je cílovou skupinou pro CK Alvarez? Shrňte s přihlédnutím k Vaším zjištěním, jak tuto skupinu zákazníků oslovit?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B - výborně-velmidobře

V Hradci Králové, dne 9. května 2016

Mgr. Jaroslav Kacetl, PhD.

podpis