



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Veronika Wirthová

Název práce: Marketing značky v cestovním ruchu (informační a komunikační technologie v marketingu značky v cestovním ruchu)

Autor posudku: Ing. Tereza Otčenášková, BA

Cíl práce: Cílem práce je analyzovat využití znalostí a informačních technologií v komunikaci se zákazníkem pro potřeby marketingu značky v cestovním ruchu.

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 checked="" 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 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 checked="" 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"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dílní připomínky a náměty:

Studentka představuje v práci v praxi využitelné nástroje z oblasti informačních a komunikačních technologií pro společnosti v cestovním ruchu bez ohledu na jejich velikost a zaměření. Uvedeny jsou nástroje, které mohou podpořit zejména marketing a práci s cílovými zákazníky. Práce je logicky strukturována a jazykově je také poměrně zdařilá, nevyskytují se v ní výraznější gramatické a pravopisné chyby. V práci jsou analyzovány i výhody a nevýhody obou zmíněných společností. V závěru jim jsou poskytnuta doporučení na zvýšení efektivity jejich aktivit i investovaných finančních prostředků. Tím práce poskytuje přidanou hodnotu. I přesto se v ní vyskytují jisté nedostatky.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Bylo by vhodné, aby byl text místy plynulejší. Chvillemi má autorka ne příliš neuspořádaný tok myšlenek a dílčí kapitoly jsou „narušené“ jinou, než diskutovanou, informací. Na str. 4 by bylo dále vhodnější uvést uživatelské rozhraní spíše než prostředí. V práci jsou i drobná přehlédnutí typu opomenutí mezery mezi slovy („analýzáchobou“ na str. 5 nebo „CoolCamp.czna“ na str. 57) a překlepy („zanmená“ na str. 46 nebo „přijít“ místo „přejít“ na str. 52). Ojedinele se vyskytuje v práci nesoulad v osobách v jedné větě. Stejně tak nejsou některé věty zcela optimální z hlediska stylistiky, ale tento problém se vyskytuje jen výjimečně a je například na str. 24 ve větě „Doposud byly zmiňovány informace, jako o nositelích nových poznatků.“ nebo na str. 32 ve větě „Komunikace se stává díky internetu rychlá a má nízkou cenu, tyto faktory zvyšují podnikatelskou i nepodnikatelskou aktivitu a umožňuje zefektivnění nabídky“.

Kladně hodnotím skutečnost, že autorka využila značné množství zdrojů. Využila i články ze zahraničních databází, z nichž čerpala informace o aktuálních trendech vztahujících se k diskutované problematice. Nicméně sem tam se v práci vyskytují zbytečně dlouhé doslovné citace (například na str. 26, 36 nebo 38) a drobné chyby v citování.

Celkově autorka poskytla přehled o řadě komunikačních i analytických nástrojů včetně praktických rad a tipů k jejich využití. Využitelné nástroje jsou v textu konkrétně a blíže popsány. Tento přehled stejně tak jako diskutované teoretické a praktické aspekty mohou sloužit jako inspirace, návody a doporučení dalším, nejen podnikatelským, subjektům. Na základě výše zmíněného hodnotím práci známkou „B“.

Otázky k obhajobě:

Již jste získala zpětnou vazbu od společnosti Oxskis.com? A plánujete další spolupráci s oběma společnostmi? Pokud ano, v jaké formě a pokud ne, proč.

Jaké největší výzvy a problémy v oblasti ICT vidíte z hlediska marketingu značek?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B - výborně-velmi dobře

V Hradci Králové, dne 5. září 2016

podpis