



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Klára Špačková

**Název práce:** Digitální marketing v cestovním ruchu

**Autor posudku:** Petr Hruša

**Cíl práce:** Charakteristika digitálního marketingu a jeho využití v praxi při zvyšování podvědomí o turistické nabídce České republiky v zahraničí.

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

### Dílčí připomínky a náměty:

Cíl práce je autorkou jasně definován, v kapitole Metodika zpracování práce je v posledním odstavci informace o tom, že v závěru práce jsou zodpovězeny výzkumné otázky, které jsem ale v práci nenašel.

Teoretická část je ucelená a čtenář v ní najde mnoho informací týkající se marketingu (ať už marketingového mixu nebo digitálního marketingu). V této části práce je velice dobře pracováno s použitou literaturou (odkazy), ale přece jen jsem objevil několik odkazů, které autorka neuvádí v seznamu použité literatury. Např. str. 9 Zamazalová (2008), str. 20 Kovuliak (2015, str. 25 Němec (2016) a str. 31 Carter (2014). To však nesnižuje kvalitu práce a předpokládám, že autorka pouze zapomněla tyto publikace uvést v seznamu použité literatury.

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Práce se mi líbí a poukazuje, na možnost působení digitálního marketingu na potenciální klientelu pomocí Facebooku. Jsem moc rád, že se tyto média začala v cestovním ruchu takto používat a z práce je zřejmé, jaký dopad v zahraničí mají na potenciální klienty i v kombinaci s různými soutěži.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Jakým způsobem a pro koho se dá prakticky využít tato práce?
2. S jakými problémy jste se setkala při zpracování práce?
3. Jak by se dal využít digitální marketing pro potenciální uchazeče o studium na FIM?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: B - výborně-velmi dobře**

**V Hradci Králové , dne 15. května 2017**

---

**podpis**