



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Kavánová Miroslava

Název práce: Sociální média v marketingu cestovního ruchu

Autor posudku: prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc.

Cíl práce: Cílem práce je porovnat vybrané cestovní kanceláře nebo agentury a jejich způsob propagace a obsah reklamních kampaní, kterými se prezentují svým klientům, a na základě této analýzy popsat co nejefektivnější komunikační strategii pro tyto společnosti.

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

Nalezená shoda/podobnost 6% obsahuje hlavičky a popisky práce, některé popisy zdrojů a řádně citované parafrázované části textu.

Dílčí připomínky a náměty:

nejsou

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práce je uceleným sdělením o využití sociálních médií u cestovních kanceláří a cestovní agentury. Je psána výstižně a důsledně k tématu, jsou navržena i relevantní zlepšení marketingové komunikace u všech zkoumaných cestovních kanceláří a cestovní agentury. Cenná je komparativnost analýzy a použití kombinace kvalitativní analýzy a vybraných metrik.

Otázky k obhajobě:

Dají se vámi získané poznatky využít i u jiných subjektů cestovního ruchu?
Proč roste v posledních letech popularita Instagramu v porovnání s Metou (Facebookem)?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Chlumci nad Cidlinou, dne 26. dubna 2023

podpis