

## Posudek oponenta diplomové práce

Jméno diplomanta	Bc. Martina Čermáková
Téma práce	Marketing cestovního ruchu na příkladu daného zařízení
Cíl práce	Analýza a hodnocení marketingu cestovního ruchu na příkladu vybraného zařízení cestovního ruchu a hodnocení jeho specifík právě ve sledované oblasti.
Vedoucí diplomové práce	RNDr. Šárka Brychtová, Ph.D.

náročnost tématu na	úroveň		
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná
teoretické znalosti		x	
praktické zkušenosti		x	
podkladové materiály (vstupní data) a jejich zpracování		x	

kritéria hodnocení práce	úroveň			
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná	nelze hodnotit
stupeň splnění cíle práce		x		
samostatnost při zpracování tématu				x
logická stavba práce		x		
práce s českou literaturou včetně citací		x		
práce se zahraniční literaturou včetně citací		x		
adekvátnost použitých metod		x		
hloubka provedené analýzy		x		
stupeň realizovatelnosti řešení	x			
formální úprava práce (text, grafy, tabulky)		x		
stylistická úroveň		x		
nároky DP na podkladové materiály, konzultace, průzkumy ...	vysoké	průměrné	nižší	nejsou
použití analýz, matem. statistických a jiných metod, komparací apod.	ve velké míře	přiměřené	částečné	absentuje
využitelnost námětů, návrhů a doporučení k řešení problému	ve větší míře	částečná	nižší	nevyužitelnost
obsah a relevantnost příloh v textu či příl. části DP (tabulky, grafy, propočty apod.)	vysoce funkční	funkční	méně funkční	neuspokojivé

Odpovídající hodnocení jednotlivých hledisek označte:

x
---

### Připomínky a otázky k obhajobě:

Práce se věnuje využití marketingu v cestovním ruchu. Autorka práce u konkrétní organizace cestovního ruchu provádí analýzy vnějšího a vnitřního prostředí (PESTE, SWOT analýzu) a marketingové šetření. Analýzy PESTE i SWOT jsou provedeny kvalitně. Následně autorka adekvátně navrhuje marketingový mix, který je vhodně rozšířen pro oblast služeb resp. cestovního ruchu. Návrh doporučení pro zkoumanou organizaci je velmi dobře propracován. Jistá výtka by se dala zmínit ke kapitole 6.3, kde se jedná spíše o popis mikroprostředí než o analýzu. Druhá výtka směřuje k marketingovému šetření, kde na s. 59 autorka uvádí, že „Základním vzorkem byli obyvatelé Jihomoravského kraje....“ Dle mého názoru se jedná o nepřesné vyjádření autorky.

**Otázky:**

1. Jaký je rozdíl mezi analýzou trhu a analýzou konkurence?
2. Jaký je rozdíl mezi základním souborem a výběrovým vzorkem?
3. Kdy se jedná o marketingový výzkum a kdy o průzkum? V této práci je jedná o výzkum či pouze o průzkum (v závislosti na reprezentativnosti výzkumného vzorku)?

**Práce je doporučena k obhajobě.****Navržený klasifikační stupeň:**

Výborně mínus
---------------

Do rámečku vypsát slovní hodnocení z této škály: výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl/a

**Oponent diplomové práce:**

Jméno, tituly: Ing. Kateřina Kantorová

Podpis:

V Pardubicích dne 26. 5. 2016