Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Destinační značka Řecka a její role ve vnímání image země

Autor diplomové práce:

Bc. Lenka Vejražková

Cíl diplomové práce:

zhodnocení turistické pozice Řecka v České republice, prozkoumání vnímaného obrazu destinace a následné navržení efektivnější komunikace

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	**Přidělené body**
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	10
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	10
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	10
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	10
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	**98**
Výsledná známka	***výborně (1)***

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Práce se zabývá problematikou image oblíbené turistické destinace. Za tu si studentka vybrala, dle mého názoru velice vhodně Řecko, zemi, která v posledních letech prožívá složité chvíle, které se mohou projevit ve vnímání této země. Text je rozdělen na teoretickou a praktickou část, obě složky jsou ve vyváženém poměru. První část je dobře zvládnutým vhledem do problematiky, jsou zde zachyceny podstatné momenty, cestovní ruch, destinační marketing a značka vztažená k tzv. place brandingu. Zde studentka nastudovala velké množství podkladových materiálů, včetně provedených studií, a prokázala schopnost se zdroji pracovat. Oceňuji skrze celým textem zpracovávat látku zaměřenou přímo k tématu bez obecných kliček. Praktická část je tvořena reálnou deskripcí marketingového mixu a marketingové komunikace zvolené země a dvěma výzkumnými metodami, kvantitativní průzkumnou sondou v podobě dotazníkového šetření a kvalitativním výzkumem formou focus groups. To vše dává práci jasný přínos a využitelnost získaných výsledků pro praxi. Hypotézy by mohly být nazvané spíše jako výzkumné otázky. Studentka provedla při vyhodnocování svého průzkumu analýzu prvního i druhého stupně, což přispívá větší hloubce. Výsledky jsou přehledně prezentovány. Studentka spolupracovala s odbornými a specializovanými orgány, jako např. Velvyslanectví Řecka v ČR či Řeckou obcí v Praze. Práce je na velmi dobré úrovni. Ot.: Jak byste řešila problematiku sezónnosti destinace? Jaké by pravděpodobně byly, podle Vás, dopady zrušení formy stravy all inclusive? Jak byste lépe podpořila místní taverny? Čím si vysvětlujete rozdílné vnímaní image Řecka Řeky a Čechy? Co z výstupů výzkumu Vás nejvíce překvapilo a proč?

Jméno vedoucího diplomové práce:

Ing. Ondřej Pešek

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

Katedra marketingu, FPH, VŠE v Praze

1. červen 2015

podpis vedoucího diplomové práce