

Posudek vedoucího diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Cestovní ruch**

Akademický rok: **2017/2018**

Název práce: **Značka krajiny původu a její úloha v propagacii krajiny ako destinácie cestovného ruchu**

Řešitel: **Bc. Mária Drotárová**

Vedoucí práce: **Ing. Jan Herget, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Jiřina Jenčková, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	1
2.	Logická stavba práce	2
3.	Práce s literaturou, citace	1
4.	Adekvátnost použitých metod	1
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	1
6.	Vlastní přístup k řešení	2
7.	Formální úprava práce	2
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	2

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autorka si za téma diplomové práce vybrala problematiku národní značky a jejího vlivu na cestovní ruch a to na příkladu Slovenské republiky. Hlavním cílem práce je zhodnotit vliv a dopady zavedení nové národní značky „Good Idea Slovakia“ na cestovní ruch na Slovensku. Dílčím cílem práce je prokázání korelace mezi silou národní značky a počtem mezinárodních příjezdů, resp. průměrnou cenou hotelů v destinaci. V teoretické části je podrobně rozepsán koncept nation branding a destinačního marketingu. Autorka zde prokázala výbornou práci se zahraniční odbornou literaturou.

V praktické části ověřovala poměrně velké množství hned 7 hypotéz. U testování tří hypotéz využila autorka sekundární zdroje. Při ověřování dalších 4 hypotéz oceňují autorčinu snahu o vlastní průzkum na vzorku 100 zahraničních respondentů.

Za velmi inspirativní považují zejména zkoumání hypotéz H3: Po návštěvě Slovenska sa väčšina turistov zmenilo ich vnímanie image krajiny k pozitívnejšiemu – pozitívny vplyv turizmu na vnímanie značky krajiny a H7: Turisti, ktorí mali s návštevou Slovenska spojené pozitívne dojmy a boli s dovolenkou spokojní, sú viac ochotní dôverovať produktom so značkou Slovenska – pozitívny vplyv turizmu na vnímanie produktov s krajinou pôvodu.

Je zřejmé, že potvrzovat či vyvracet hypotézy na základě 100 odpovědí je velmi odvážné, ale pro účely diplomové práce je to dostačující.

Přijde mi škoda, že autorka nezaregistrovala aktuální logo ČR a v otázce č.4 použila 7 let staré logo.

Otázky k obhajobě: 1) Měly by státy budovat odlišnou značku pro export a pro cestovní ruch nebo je výhodnější budovat jednotnou značku pro export, investice, kulturu i cestovní ruch?

2) Jak byste v marketingové strategii využila skutečnosti, že turisté, kteří navštívili Slovensko, značku Slovenska hodnotí lépe?

Závěr: Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 19. 5. 2018

Ing. Jan Herget, Ph.D.
vedoucí práce