Posudek oponenta diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**
Studijní obor: **Mezinárodní obchod**
Akademický rok: **2017/2018**
Název práce: **Analýza nation brandingu Slovinska**
Řešitel: **Bc. Daniela Dvořáková**
Vedoucí práce: **Ing. Mgr. Tomáš Sadílek**
Oponent: **Ing. Alexandr Asmalovskij**

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autorka si ve své práci klade za cíl zmapovat aktivity spojené s nation brandingem ve Slovinsku a zhodnotit jejich úspěšnost pomocí SWOT analýzy, Porterovy analýzy a vyhodnocením dotazníku. Výstupem výzkumu jsou doporučení pro zlepšení nation brandingu Slovinska. Stanovené cíle autorka jednoznačně splnila.

Celkově má práce jasnou, logickou strukturu a je sepsána velmi dobře. Teoretická část popisuje nation branding, koncept I feel Slovenia, SWOT analýzu, Porterovu analýzu a marketingový mix v cestovním ruchu, také je podložena relevantními zdroji. Metodologická část je navržena zcela v souladu s cíli práce. V praktické části oceňuji především rozsah autorčina výzkumu, způsob provedení dotazování a komparaci s výstupy kampaně I feel Slovenia z r. 2007.

Pozitivně hodnotím i přístup autorky k řešení. Po formální a stylistické stránce je práce na vysoké úrovni. Doporučení autorky jsou věcná a dobře argumentovaná, nicméně by se daly rozpracovat detailněji v podobě návrhu nové nation brandingové kampaně s jednotlivými kroky.

Otázky:

1) Malou rozlohu a současnou úroveň cenové hladiny uvádíte jako silné stránky, ubytovací kapacity jako slabou stránku, s čímž souhlasím. Vzhledem k uvedenému při srovnání s konkurencí jako Francie či Německo však Slovinsko nemá šanci konkurovat kvantitou, což by navíc při rapidním přílivu turistů mohlo vést ke ztrátě jeho unikátní atmosféry. Příležitostí by zde mohla být právě kvalita a odlišnost s vyšší přidanou hodnotou a tedy i vyšší cenou. Bylo by to podle Vás pro Slovinsko výhodnou strategií? Jaké klíčové prvky marketingové strategie byste navrhla při zaměření slovinského nation brandingu na vysoce kvalitní služby s vyšší cenou?

2) Přilákání zahraničních investorů do nemovitostí a rozvoj Airbnb vedly v mnoha zemích a metropolích k nepřiměřenému růstu cen nemovitostí a vzniku bublin realitních trhů, příkladem toho je Praha. Jak by se podle Vás projevila podobná aktivita ve Slovinsku? Byla by to z dlouhodobého hlediska (i s ohledem na životní prostředí a atmosféru destinací) spíše příležitost nebo hrozba?

Závěr: Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 24. 5. 2018

Ing. Alexandr Asmalovskij
oponent práce