

Posudek oponenta diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Cestovní ruch**

Akademický rok: **2017/2018**

Název práce: **Porovnání online marketingových aktivit národních turistických centrál na českém trhu**

Řešitel: **Bc. Soňa Horáčková**

Vedoucí práce: **Ing. Martin Vaško, Ph.D.**

Oponent: **Ing. et Ing. Markéta Kalábová**

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Cílem předložené diplomové práce bylo porovnat online marketingové nástroje propagace dvou různých národních agentur – české a švýcarské. Hodnocení proběhla ve vztahu k českému trhu, a proto se domnívám, že by bylo lepší vybrat centrálu z jiné země než České republiky. Poté by obě centrály cílily na zahraničního českého klienta. Takto se porovnávala komunikace se zahraničním a domácím klientem, což jistě zkreslovalo výsledky. Na straně 84. je uvedeno, že Switzerlandtourism nabízí možnost odebírat newsletter s novinkami, což nekoresponduje s tabulkou č. 4. Struktura práce je přehledná, text je rozdělen do tří hlavních kapitol, které na sebe logicky navazují. Z formálního hlediska mám několik připomínek – seznam literatury se již jako kapitola nečísluje; přílohy se konkrétně v obsahu neuvádí, uvádí se pouze „Seznam příloh“; v práci se zejména v úvodních částech objevují prázdné stránky; v textu je použita nežádoucí ich forma. Citace nejsou jednotné, u některých, zejména pod obrázky, chybí datum. Publikace Blažková (2005), Janouch (2014), Dasgupta (2011), Řezníček (2017), které se v textu často objevují, chybí v seznamu literatury. Text má odpovídající jazykovou i stylistickou úpravu.

Otázky k obhajobě: Jednou částí z rozšířeného marketingového mixu je tzv. public opinion, neboli názor veřejnosti. Uveďte, proč je toto „P“ zahrnováno do marketingového mixu. Uveďte příklady destinací, kde má „názor veřejnosti“ silný vliv na cestovní ruch.

Závěr: Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **2**

Datum: 21. 5. 2018

Ing. et Ing. Markéta Kalábová
oponent práce