

Posudek oponenta diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Cestovní ruch**

Akademický rok: **2018/2019**

Název práce: **Marketingové a komerční komunikace CK Čedok.**

Řešitel: **Bc. Eva Loucká**

Vedoucí práce: **Ing. Milan Postler, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.**

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Cíl diplomové práce uvedený v úvodu se mírně liší od toho, který je uveden v závěru, ale přesto je možné, považovat ho za splněný. Úvod a teoretická část práce jsou poměrně rozsáhlé a zaujímají 47 stran. Na jedné straně jsou zde některé pojmy popsány až zbytečně podrobně, na druhé straně je využito jen šest zdrojů knižních publikací a žádný cizojazyčný knižní zdroj.

V praktické části je představena analyzovaná cestovní kancelář Čedok, marketingový mix společnosti, SWOT analýza (ta by měla být až na konci práce po provedení předchozích analýz, které do ní vstupují). Na tu navazuje analýza konkurentů (Exim, Fischer, Firo a New Dama). Zde bych kromě popisu společností očekával opravdové porovnání jejich tržeb, prodaných zájezdů či počtu klientů. Tyto informace zde nejsou systematicky uvedeny a pokud ano, není jasné z jakého jsou zdroje a roku (např. s. 89 a 90). Tím pádem není možné odhadovat podíl na trhu pro jednotlivé společnosti.

Na tyto kapitoly dále navazuje vlastní dotazníkové šetření, které se zdá, že je provedeno metodicky správně, avšak demografické údaje mohly být prezentovány přehledněji. Výsledky obsahových otázek jsou naopak prezentovány velmi dobře (až na grafy 17 a 18), včetně třídění druhého stupně.

V kapitole Návrhy a doporučení do budoucna některé rady nekorespondují s výsledky výzkumu (např. Doporučení č. 1: Využít zájmu o Českou republiku).

Otázky k obhajobě?

1) Domníváte se, že rozdělení respondentů do věkových a vzdělanostních kategorií reflektuje skutečné věkové skupiny klientů společnosti Čedok? Proč ano, či ne?

2) Nakolik odpovídá realitě otázka č. 17? Využívá skutečně 28 % klientů službu bezplatného chatu na webu společnosti?

Závěr: Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 10. 7. 2019

Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
oponent práce