Ústav Romanistiky FF JU v Českých Budějovicích
Školitelský posudek na bakalářskou práci

Název práce: **Turistická reklamní kampaň ve vztahu k cílovým skupinám**
Autorka práce: **Lenka Nováková**
Vedoucí práce: **Mgr. Miroslava Aurová, Ph.D.**

Cílem předkládané bakalářské práce je podle zadání analýza turistické reklamní kampaně jihočeských cestovních agentur pro oblast Španělska. Autorka v úvodu zdůvodnila výběr tématu a objasnila postup zpracování a členění bakalářské práce, která má čtyři základní kapitoly. První tři jsou teoretického charakteru a věnují se problematice cestovních kanceláří (kap. 1, str. 3-7), marketingu cestovního ruchu a internetu (kap. 2, str. 8-13) webovým stránkám (kap. 3, str. 8-15). Kapitola čtvrtá (str. 16-51) představuje stěžejní část bakalářské práce, vlastní analýzu. Takto koncipovaná práce odráží autorčin záměr vlastní analýzu teoreticky ukotvit a obecné poznatky aplikovat na konkrétní materiál.

Z tohoto důvodu autorka nejprve vymezila pojmy cestovní kanceláře a cestovní agentury, popsala jejich produkty a nastínila vývoj cestovních kanceláří po roce 1990. Dále v krátkosti charakterizuje principy marketinku v cestovním ruchu a popis lokace využívá pro přechod k tematice internetového marketingu (online marketing). Poté přistoupila k vlastní analýze, kde hned v úvodu do čtvrté kapitoly uvedla obtíže při získávání statistických údajů, se čímž se autorka vypořádala tak, že analýzu prováděla pouze na základě internetových prezentací vybraných firem.

Za situace, kdy bylo možno vycházet pouze z webových stránek vybraných cestovních kanceláří, autorka správně usoudila, že zde hraje významnou roli věkový faktor uživatelů internetu, proto do své práce zařadila kapitolu o demografickém složení města České Budějovice (4.2) a kapitolu se statistickými údaji o uživatelích internetu (kap. 4.3). Poté představila trh cestovních kanceláří a agentur v Českých Budějovicích. Vzhledem k tomu, že cílovou oblastí mělo být dle zadání Španělsko, věnovala autorka kapitolu 4.5. popisu Španělska.

Následují charakteristiky vybraných cestovních kanceláří. Autorka nejprve musela zmapovat situaci cestovních kanceláří (dále jen CK) v Českých Budějovicích a vyhodnotit převažující charakter jejich produktu. Z nich zvolila takové CK, které svou specializací pokrývají různé formy cestovního ruchu, představené v kapitole 4.6. Jako představitele rekreační formy vybrala CK Čedok (str. 22- 32), pro kulturně poznávací formu zvolila CK FIRO-Tour (str. 33-36), pro turisticko poznávací formu CK Adventura (str. 37-41), jako reprezentant incentivní formy posloužily firemní cesty téže CK (str. 42-43), pro vzdělávací pobyty, konkrétně jazykové kurzy, byla vybrána Student Agency (str. 44-48) a jako příklad CK zabývající se agroturistikou, podle autorčin slov „snad jedinou společností, která nabízí pobyty ve Španělsku v rámci agroturistiky“ zvolila *nafarmu.cz* (str. 49-51).

Charakteristika jednotlivých subjektů má jednotnou strukturu, nejprve jsou popsány nabízené produkty, poté je analýze podrobena webová stránka dané CK a v poslední kapitole autorka vyslovuje závěry ohledně klientely. U nich postrádám propracovanější formu zpracování, například formou tabulek či jiných přehlednějších forem. Autorka také formuluje závěry ohledně klientely i v oddílech věnujících se popisu destinací (viz např. Čedok), čímž tyto informace přesouvá z kapitoly pro ně vydělené. To vede podle mého názoru k tomu, že vzniká neproporčnost mezi rozsáhlými a podrobnými charakteristikami CK a jejich produktů a strohými kapitolami o jejich klientele, které měly být tou nejpodstatnější částí bakalářské

bráce. To může vzbuzovat dojem, že analýze klientely je věnována nepatrný díl ve strovnání s popisy destinací jednotlivých CK a že autorka přenesla svoji pozornost na témata z hlediska cíle vedlejší.

Přesto mohu konstatovat, že cíl práce byl zvětší části splněn, autorka dokázala sestavit vnitřně koherentní celek. Jako zajímavé spatřuji představení webových stránek jednotlivých kanceláří. Celkové hodnocení práce je tedy kladné, nicméně bych chtěla poukázat na několik nedostatků. Prvním je již zmíněný nepatrný odklon od koncepce nastíněné v úvodu a neproporčnost některých částí; tou míním již zmíněné bohaté popisy produktu a chudá vlastní analýza, která tak představuje hrubý základ toho, co mělo být ještě propracováno.

Další oblast, kterou hodnotím sice celkově kladně, je autorčina schopnost formulování myšlenek a závěrů, nicméně stylistická úroveň práce značně kolísá, některé formulace jsou vyloženě kolokviální (str.24: *zbytky opevnění nebo tzv. „středomořský balkon“, to je místo s krásným výhledem na moře*; str. 23: *má ve své nabídce ty samé oblasti*), dále při popisu produktů jednotlivých kanceláří styl připomíná reklamní prospekty (str. 25: *velice se hodí pro mladé lidi, na které tu čeká mnoho zábavy*; na téže stránce: *z mnoha vodních atrakcí si vybere opravdu každý*). Na některých místech je nejednotné formátování odstavců: někde je text zarovnán do bloku po obou stranách, jinde pouze zleva.

Z formálního hlediska korpus práce čítá 51 stran, odečteme-li vložené tabulky, grafy, mapy, zobrazení webových stránek CK a vynechané řádky na koncích kapitol, obdržíme počet 43 normostran, následují 2 strany španělsky psané resumé, které by zasloužilo jazykovou revizi, bibliografické reference a 6 stran příloh. S literaturou pracuje autorka eticky, na zdroje je řádně odkazováno, text je opatřen citacemi a poznámkovým aparátem.

Vzhledem k výše uvedenému konstatuji, že:

Tuto bakalářskou práci **doporučuji k obhajobě**.
Navrhuji známku: **velmi dobře.**

V Českých Budějovicích, 13. května 2008. ……..……

Mgr. Miroslava Aurová, Ph.D.