

# Posudek oponenta bakalářské práce

<b>Autor práce (jméno a příjmení)</b>	Miloslava ŠTEFÁNYOVÁ
<b>Název práce</b>	Posílení marketingové značky Peklík za použití moderních marketingových nástrojů
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Bakalářský
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KRM
<b>Vedoucí práce</b>	Škodová Parmová Dagmar, doc. Dr. Ing.
<b>Oponent</b>	Ing. Marta Krejčíčková

## Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu 1.5

**Poznámka:** Téma zviditelnění turistické značky Peklík je pro oblast MAS Blanský les-Netolicko aktuální, také z důvodu vzniku nové turistické oblasti PodKletí a potřebného rozvoje turistiky šetrné k životnímu prostředí.

2. Logická struktura práce 2.5

**Poznámka:** Práce je sestavena logicky, neodklání se výrazněji od tématu, výchozí pojmy jsou vyloženy dostatečně; slabá je práce se statistickými daty, které jsou avizovány úvodem, výzkumy jsou spíše povrchní, nebyly osloveny klíčové CS.

3. Naplnění cíle práce 2.0

**Poznámka:** Cílů práce bylo dosaženo, byly navrženy vhodné marketingové nástroje pro posílení a rozšíření značky Peklík a její zviditelnění, reálně využitelné. Není jasné z jakých dat byla vyhodnocena Hypotéza 3.

4. Metodický postup 2.5

**Poznámka:** V teoretické části je avizováno použití dat ČSÚ, situační analýza, porovnání konkurence, trhu; v práci využito pouze omezeně. SWOT- některé příležitosti uváděny jako silné stránky, a naopak. U dotazníku chybí podrobnější rozbor.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 2.0

**Poznámka:** Zhodnocení návrhu ve vazbě na teoretické vstupy je relevantní rozsahu práce, chybí provazba loga Peklík na zviditelnění již používaným mottem "čertovsky pěkné místo" a používanou mobilní aplikaci.

6. Praktický přínos práce 2.0

**Poznámka:** Marketingové návrhy jsou v praxi realizovatelné a budou využity destinačním managementem působícím nově v regionu MAS Blanský les-Netolicko; řešitelka vhodně zmiňuje i finanční stránku návrhu.

7. Práce s literaturou 2.5

**Poznámka:** V seznamu literatury jsou uvedeny všechny použité zdroje, včetně internetových odkazů. Literatura použita adekvátně rozsahu práce, pro oblast mobilního marketingu byla využita odborná literatura jen omezeně.

8. Formální stránka 2.0

**Poznámka:** Překlepy nejsou četné, ale ruší. Opakovaně chybné uvedení názvu MAS Blanský les-Netolicko, v textu zaměňováno území této MAS za CHKO Blanský les. Formátování ne vždy optimální. Klíčová slova uvedena jen v cizojazyčném souhrnu.

## Závěr

Hodnocení práce známkou: **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

### Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Není jasné z jakých dat byla vyhodnocena Hypotéza 3: Navštěvují Jižní Čechy spíše lidé z blízkého okolí, řešitelka uvádí: " Tato hypotéza se nepotvrdila, neboť se z dotazníkového šetření a z údajů statistického úřadu zjistilo, že Jižní Čechy jsou velmi oblíbenou lokalitou i pro občany ze vzdálenějších krajů či turisty z cizích zemí"; v práci nejsou data ČSÚ uvedena ani podrobněji rozborována, v dotazníkovém šetření je minimální záchyt odpovědí mimo Jihočeský kraj nebo nejbližší okolí (Střední Čechy, Plzeňsko).

Práce zcela opominula již několik let existující mobilní aplikaci "S Peklíkem na výlet" , která pracuje také s hrami na bázi QRC.

Předložené návrhy marketingových aktivit jsou reálně využitelné a již v průběhu práce byly konzultovány s destinačním managementem nově vznikající turistické oblasti PodKletí, kam patří také Netolicko a Blanský les; v letošním roce bude postupně aplikována řada marketingových návrhů obsažených také v práci - webové stránky, facebook, aplikace rozesílání pravidelných aktualit a pozvánek na akce.

### Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

1) Kterou z dalších lokalit /destinací využívající obdobného maskota/loga/značky byste navrhla pro "správce Peklíka" jako vhodnou inspiraci práce se značkou?

2) Řešitelka zmiňuje v marketingovém návrhu také geocaching v CHKO Blanský les - jaká povolení budou potřeba vyřídit pro umístění "kešek" v této chráněné oblasti? (pozn. hodnotitele: požadavky AOPK - Agentura pro ochranu přírody a krajiny).

Datum: 08.05.2016

Podpis oponenta bakalářské práce