

# Posudek oponenta bakalářské práce

<b>Autor práce (jméno a příjmení)</b>	Lukáš ZRZAVÝ
<b>Název práce</b>	Analýza komunikačních nástrojů v marketingovém řízení destinace
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Bakalářský
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KOD
<b>Vedoucí práce</b>	Janeček Petr, Ing.
<b>Oponent</b>	Ing Kateřina Volfová

## Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0
2. Logická struktura práce 1.0
3. Naplnění cíle práce 1.0
4. Metodický postup 1.0
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.5
6. Praktický přínos práce 1.0
7. Práce s literaturou 1.5
8. Formální stránka 1.5

## Závěr

Hodnocení práce známkou: **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

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

Práce se zabývá aktuálním tématem a je velmi dobře využitelná v praxi. V současnosti je nutné optimalizovat komunikační nástroje cílovým segmentům. Z pohledu podnikatelské praxe je nutné vynakládat nejnižší možné náklady s maximálním pozitivním efektem. Práce vychází z literární rešerše, která je jasná stručná a velmi dobře vystihuje základní teoretické oblasti důležité pro další práci. Praktická část práce je dobře zpracována, i když nad některými výsledky by bylo vhodné většího zamyšlení a detailní analýzy. Nicméně s ohledem na typ práce a téma jsou výsledky dostačující. Velmi pozitivně hodnotím využitou metodu oční kamery, která je pro tento typ výzkumu vhodným měřicím nástrojem. Návrhy na inovace by v reálné praxi vyžadovaly také větší pozornost a ověření jejich funkčnosti. Je to možný námět na další práci. Zpracování tématu přesahuje požadavky běžně vyžadované na bakalářské práce. Práci shledávám jako výbornou a doporučuji ji k obhajobě.

### Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Pokud by i jiné turistické destinace chtěly vyhodnotit své webové stránky a jejich prezentaci,

stanovte náklady na takovéto hodnocení a následnou inovaci.

Existují rozdíly při tvorbě webových stránek a propagačních materiálů pro různé segmenty zákazníků? Jak by měla destinace komunikovat s různými segmenty?

Datum: 05.05.2017

Podpis oponenta bakalářské práce