

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Klára KAŠTYLOVÁ
Název práce	Analýza spolupráce subjektů v cestovním ruchu
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Janeček Petr, Ing. Ph.D.
Autor posudku	Ing. Petr Janecek Ph.D.

Posudek závěrečné práce

1. Logická struktura práce 1.5

Poznámka:Závěr je moc dlouhý a obsahuje informace vhodné spíše do diskuze.

2. Naplnění cíle práce 1.0

3. Metodický postup 2.0

Poznámka:Řízený rozhovor považuji spíše za dotazník. Dle přiložené struktury rozhovoru to vypadá spíše na dotazník vyplňovaný za účasti tazatele.

4. Hodnocení teoretického a/nebo praktického přínosu práce 1.0

5. Práce s literaturou 1.0

6. Formální stránka 1.5

7. Vlastní přínos studenta k řešené problematice 1.0

8. Kontrola plagiátorství (výsledek) **negativní**

Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Autorka se zabývá tématem spolupráce v cestovním ruchu. Pro práci si vybrala jako příklad Jihočeský kraj. Teoretická část má správnou strukturu a obsahuje potřebné základní pojmy, se kterými se dále pracuje v dalších částech. V praktické části dále diskutuje výsledky ve spojení s teoretickými zákonitostmi, což dává práci vyšší hodnotu. V praktické části se autorka zaměřila na bližší zkoumání spolupráce jednotlivých turistických oblastí v Jihočeském kraji. Představuje destinaci Jižní Čechy a její strukturu. V části analýza destinačního marketingu se zaměřuje převážně na marketingovou komunikaci, což je jen jedna součást holistického pojetí marketingu. Z práce je znatelné, že autorka má v popisovaném subjektu vřelý vztah, což je mírně na škodu práce, protože kritický přístup k tématu je součástí vysokoškolsky vzdělaného člověka, příp. výzkumníka. Na závěr jsou představeny návrhy na zjišťování stavu spolupráce. Jak autorka sama uvádí, bližší rozpracování by mohlo být tématem další práce, nicméně by bylo vhodnější systém lépe popsat, tj. kdo bude hodnocení provádět, kdy bude provedeno, jaké postupy budou zvoleny a jaké dopady bude hodnocení na TO mít. Závěr práce je příliš obsáhlý a celou řadu informací by bylo vhodnější umístit do kapitoly předchozí. V práci se vyskytuje několik gramatických a

stylistických chyb (např. str. 2, 45, 52, 53, 54, 56, 57, 58 apod.). V několika případech autorka používá styl psaní v ich-formě (např. jsem řešila, pokusím se, z mého výzkumu apod.). Dále se v práci vyskytuje několik formálních chyb (např. čárky za odrážkami, nesprávné používání %, různé typy písma v práci, předložky na konci řádku apod.). Na str. 46 je zaměněno číslo grafu, resp. obrázku, správně má být 3 namísto 2. Některá tvrzení autorky by bylo vhodné podložit fakty (např. str. 47 tvrzení o úspěchu marketingové komunikace). Přes uvedené připomínky je práce kvalitní a přínosná především pro praxi, ale i teorii. Z tohoto důvodu hodnotím práci jako výbornou a doporučuji ji k obhajobě.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Jaké konkrétní proaktivní kroky jsou používány k vytvoření a utužování nových partnerských vztahů se subjekty cestovního ruchu v TO?

Jak funguje interní komunikace mezi JCCR a TO a v rámci jednotlivých TO?

Datum: 29.04.2018

Podpis vedoucího práce