

# Posudek vedoucího bakalářské práce

<b>Jméno a příjmení studenta</b>	Petra HOZOVÁ
<b>Název práce</b>	Image vybrané 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. Ph.D.
<b>Autor posudku</b>	Ing. Petr Janecek Ph.D.

## Posudek závěrečné práce

1. Logická struktura práce 1.5
2. Naplnění cíle práce 2.0
3. Metodický postup 1.0
4. Hodnocení teoretického a/nebo praktického přínosu práce 1.5
5. Práce s literaturou 1.5
6. Formální stránka 2.0
7. Vlastní přínos studenta k řešené problematice 1.0
8. Kontrola plagiátorství (výsledek) **negativní**

## Závěr

Hodnocení práce (známka): **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

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

Předložená práce se zabývá tématem image města Karlovy Vary. Teoretická část obsahuje obecná východiska cestovního ruchu a dále se zaměřuje konkrétněji na téma image. Autorka si stanovila za hlavní cíl zjistit, jakou má image město Karlovy Vary. Opomněla zjistit jakou má značka KV pozici na trhu. Vzorek respondentů je zkreslený, zřejmě z důvodů šíření dotazníků v Karlovarském kraji a mezi mladšími respondenty. S ohledem na lázeňskou tradici regionu, kde je vysoké zastoupení starších lidí je správné rozložení respondentů důležité. V dotazníkovém šetření je zaměřeno na obecnou znalost KV dále pak specifitěji na zkušenosti s návštěvou KV. Dotazník obsahuje celou řadu zajímavých zjištění, např. spojení se značkou, známou osobností, pořádanou akcí či hodnocení současného loga. Otázka 29 je založena na principu NPS, autorka však nepoužívá metodiku NPS pro její vyhodnocení. Dále je v dotazníku zjišťován postoj návštěvníků k městu. Návrhy na zlepšení se týkají především doporučení zjištěných z dotazníkového šetření. Jedná se o návrhy, které zlepšují nabídku destinace. Tématem práce je image, proto by bylo vhodné zařadit i nějaké návrhy, které ji budou řídit nebo zlepšovat, např. tématická marketingová komunikace, ambasadorství, press tripy apod. Nicméně v práci jsou identifikovány základní atributy, které mohou být použity pro budování značky města. V práci se vyskytuje několik pravopisných a stylistických chyb (např. str. 11, 12, 23, 24, 27, 29, 31, 34, 43), na konci řádků se vyskytují předložky a autorka několikrát využila psaní textu v ich-formě (např. str. 23, 44). Přes

uvedené výtky doporučuji práci k obhajobě a hodnotím ji klasifikačním stupněm velmi dobře.

### **Otázky nebo témata pro diskusi před komisí**

Popište image města Karlovy Vary s využitím shrnutí poznatků z dotazníků.

Jak vnímají Karlovy Vary lidé před návštěvou a po návštěvě?

Jaká je pozice Karlových Varů na trhu?

Datum: 01.05.2018

Podpis vedoucího práce