

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Olga KAVKOVÁ
Název práce	Oblast Táborska a jeho potenciál pro rozvoj cestovního ruchu rodin s dětmi
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 1.0
2. Naplnění cíle práce 1.0
3. Metodický postup 1.5
4. Hodnocení teoretického a/nebo praktického přínosu práce 2.0

Poznámka: Teoretická část je obecně zaměřena bez velkého akcentu na vybraný segment. Praktická část zaměřena na konkrétní segment.

5. Práce s literaturou 2.0

Poznámka: Nižší počet anglických cizojazyčných zdrojů.

6. Formální stránka 1.5
7. Vlastní přínos studenta k řešené problematice 1.5
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

Autorka práce se zabývá vhodností lokality pro segment rodiny s dětmi. Literární rešerše je zaměřena na obecná východiska cestovního ruchu a marketingu. Sekundární zdroje o vybraném segmentu neobsahuje. V další části je představen vybraný region Táborsko a je podroben analýze se zaměřením na potřeby daného segmentu. Dále jsou představena provedená šetření. Autorka kombinovala několik výzkumných metod, což napomohlo lepšímu poznání jak regionu, tak i zákaznického segmentu. V práci následují návrhy produktů pro vybraný segment, které lze zařadit do nabídky destinace. Autorka si stanovila několik cílů práce, které jsou v práci naplněny. Dále autorka stanovila několik předpokladů výzkumu. Závěrečná diskuze neobsahuje potvrzení či vyvrácení všech těchto předpokladů v závěru ani v předchozích částech práce po analýze. Produkty jsou sestaveny ve fázi, kdy je mohou využít další subjekty cestovního ruchu a dále s nimi pracovat. Cena a atraktivita produktů je vhodně stanovena a produkty by mohly být konkurenceschopné. Autorka také diskutuje jejich možnou distribuci a komercializaci. V práci se

vykytuje několik drobných překlepů a gramatických chyb (např. str. 5, 17, 32, 37, 43, 44). Dále se autorka dopustila několik drobných nepřesností v tvrzeních (např. str. 5 atrakce vs atraktivita, str. 46 tvrzení o tom, že přímá distribuce je nejjednodušší, dále využívá regionálních rezervačních systémů, což je mezičlánek). Přes uvedené nedostatky je práce kvalitní a doporučuji ji k obhajobě s kvalifikačním stupněm velmi dobře.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Na jaký segment z pohledu geografického byste cílila marketingovou komunikaci produktu?

Které konkrétní komunikační kanály byste volila? Svou volbu zdůvodněte.

Existují konkurenční produkty cestovního ruchu ve vybrané destinaci? Pokud ano, uveďte příklad a srovnajte hlavní aspekty, ve kterých si mohou konkurovat.

Datum: 29.04.2018

Podpis vedoucího práce