

# Posudek oponenta diplomové práce

<b>Jméno a příjmení studenta</b>	Adéla VELÍŠKOVÁ
<b>Název práce</b>	Využití nových technologií pro rozvoj destinace cestovního ruchu
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Navazující
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KOD
<b>Vedoucí práce</b>	Štumpf Petr, Ing. Ph.D.
<b>Oponent</b>	Ing Jitka Zikmundová

## Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

**Poznámka:** Vybráno velmi aktuální téma

2. Logická struktura práce 2.0

**Poznámka:** Analýza předmětných destinací a památek je spíše konstatováním v textu, chybí charakteristika destinací a jejich postavení na trhu cestovního ruchu opřené o fakta.

3. Naplnění cíle práce 1.5

**Poznámka:** Vstupní cíl naplněn.

4. Metodický postup 1.5

**Poznámka:** Absence analýzy předmětných destinací.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.5

6. Práce s literaturou 1.5

**Poznámka:** Absence strategických dokumentů zvolených destinací

7. Formální stránka 1.5

## Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

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

Zvolené téma je velmi aktuální, autorka práce je zřejmě velmi dobře obeznámena se současnými moderními informačními systémy a technologiemi a snaží se navrhnout jejich aplikaci pro management destinace. Navržené trasy a produkty jsou velmi inovativní a objevují destinace a památky, které nejsou dosud na hlavních turistických trasách České republiky a Rakouska. V teoretické části postrádám hlubší analýzu předmětných území jako turistických destinací, jejich současné postavení na trhu cestovního ruchu a zhodnocení cílové skupiny. Na straně 35 autorka hovoří o podpoře návštěvnosti vybraných památek českou a rakouskou klientelou a konstatuje, že nejsou dostatečně navštěvovány cílovou skupinou, ta však není nikde definována či popsána. V informačních zdrojích chybí práce se strategickými dokumenty předmětných území popřípadě destinací. Pokud vytvořené mapy budou pohodlně využitelné např. pro webové stránky

destinačních managementů regionu a využitelné pro mobilní aplikace doporučuji užší spolupráci například s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu.

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

Uvedte prosím konkrétní příklady využití map v marketingové komunikaci destinací.

Datum: 01.05.2018

Podpis oponenta