

# Posudek vedoucího bakalářské práce

<b>Jméno a příjmení studenta</b>	Markéta KYNČLOVÁ
<b>Název práce</b>	Produkty cestovních kanceláří a agentur pro vybrané segmenty zákazníků
<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 2.0
2. Naplnění cíle práce 1.5
3. Metodický postup 2.0

**Poznámka:** Analýza nabídky mohla mít jasná hodnotící kritéria a také by měla být komplexnější. V dotazníkovém šetření je zkrácení výstupů z důvodu rozsevu dotazníku mezi vybrané studenty.

4. Hodnocení teoretického a/nebo praktického přínosu práce 2.0
5. Práce s literaturou 1.5
6. Formální stránka 1.5
7. Vlastní přínos studenta k řešené problematice 2.0
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

Studentka zvolila zajímavé a aktuální téma. V práci ovšem chybí diskuze nad tím, zda mladí lidé vůbec služby cestovních kanceláří využívají či využít budou. Zaměření práce na mladé lidi studující vysokou školu a cíle hodnotím jako dobře zvolené a jasně specifikované. Teoretická část práce odpovídá standardnímu zpracování. Mohlo zde být zařazeno více informací o spotřebitelském chování vybraného segmentu. Některé pasáže by bylo vhodné řadit jinak, např. segmentace mohla být řazena hned za účastníka cestovního ruchu. U kapitoly trh cestovního ruchu je pojednáváno pouze o nabídce, ale poptávka není zmíněna. V některých případech se autorka dopustila volnějšího stylu psaní, které připomínalo spíše novinářské obraty než odborný text, např. str. 14 - zkrátka; 20 - nebo také třeba potřeba; 25 - 22 sezón, cenově se pohybují; 38 - nejsou tak hojně; 54 - na drink. V práci se vyskytují také drobné stylistické chyby. Provedená analýza nabídky není zcela komplexní neboť byly vybrány jen některé CK a CA a kritéria hodnocení nejsou zcela jasně popsána, ale pro ilustraci současného stavu nabídky je analýza dostačující. Provedené

dotazníkové šetření je v pořádku, jen by bylo vhodné zmínit limity výzkumu a promítnout je i do interpretace výsledků - v některých případech se autorka dopouští poměrně velkého zobecnění výsledků, což není zcela možné. Navržené produkty a jejich kalkulace hodnotím jako kvalitně sestavené. Jediné, co je překvapující, že jsou to produkty pro skupiny v rámci vysokoškolské instituce, což nebylo z dotazníku znatelné. Zde by bylo vhodné doplnit komentářem, proč bylo zvoleno tohoto postupu. Práce splňuje všechny požadavky na bakalářskou práci, proto ji doporučuji k obhajobě s kvalifikačním stupněm velmi dobře.

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

Z jakého důvodu jste sestavovala produkt pro skupinu (studenti EF JČU s kantorem) a nikoliv klasický katalogový zájezd?

Z jakého důvodu jste volila domácí destinace namísto zahraničních?

Najděte příklad české CK nebo CA, která se zaměřuje na pořádání či prodej produktů pro školy (školní zájezdy, studijní cesty apod.).

Datum: 16.09.2019

Podpis vedoucího práce