



## Posudek oponenta diplomové práce

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Katedra:</b>                 | Obchodu a cestovního ruchu                                   |
| <b>Student:</b>                 | Bc. Eva Kolářová   |
| <b>Studijní obor:</b>           | Obchodní podnikání   |
| <b>Název diplomové práce:</b>   | Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku |
| <b>Oponent diplomové práce:</b> | Ing. Kalousková Michaela                                     |
| <b>Povolání oponenta:</b>       | vedoucí oddělení cestovního ruchu města Tábora               |

### Hodnocení práce:

**Volba tématu práce a její význam:** (1) vysoce aktuální a významné téma

**Formulace cílů práce:** (1) cíle byly velmi vhodně formulovány

**Metodika zpracování:** (2) vhodně zvolena a formulována

**Práce s daty a informacemi:** (1) použitá data aktuální, informace relevantní a správně zpracované

**Celkový postup řešení:** (1) postup řešení naprosto správný

**Teoretické zázemí autora:** (1) autor významné autory citoval a zná teorii dané problematiky

**Práce s odbornou literaturou (citace, norma):** (1) autor dodržel naprosto správně citační normu

**Úroveň jazykového zpracování:** (1) práce je jazykově naprosto správně zpracovaná

**Přesnost formulací a práce s odborným jazykem:** (1) autor má široký pojmový aparát a umí ho používat

**Formální zpracování - celkový dojem:** (1) práce je formálně naprosto v pořádku, celkový dojem je výborný

**Splnění cílů práce:** (2) cíle práce včetně dílčích byly splněny

**Formulace závěrů práce:** (2) závěry jsou správně formulovány a jsou významné pro další využití

**Odborný přínos práce a její praktické využití:** (1) práce je po odborné a praktické stránce velmi dobře využitelná

### Celkové hodnocení práce

**Návrh hodnocení práce známkou:** výborně

**Doporučuji práci k obhajobě:** ANO

## **Otázky k obhajobě**

**Otázka 1:** Ve Strategické vizi, strategickém cíli 2, prioritě 2 uvádíte jako jedno z opatření Podporu tvorby produktů vinařského cestovního ruchu a lepší propagaci těchto produktů. Uveďte, jak se propagují již existující produkty, jako je např. Vítejte ve sklepních uličkách nebo Vinařský turistický program. Jak této propagaci napomáhá např. spolupráce s Centrálou cestovního ruchu Jižní Morava?

**Datum:** 20. 05. 2010

**Podpis oponenta diplomové práce:**