

# Posudek vedoucího diplomové práce

*Autor (jméno, příjmení):* Věra Tomanová

*Název diplomové práce:* Marketingová komunikace destinace Klatovsko

*Studijní obor:* Obchodní podnikání

*Fakulta/katedra:* Ekonomická fakulta, Katedra obchodu a cestovního ruchu

*Vedoucí diplomové práce:* Ing. Petr Štumpf

## Hodnocení práce

- 1. Význam a náročnost tématu:* 100 %
- 2. Logická struktura práce:* 50 %
- 3. Naplnění cíle práce:* 75 %
- 4. Metodologický postup:* 75 %
- 5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu:* 75 %
- 6. Praktický přínos práce:* 100 %
- 7. Práce s literaturou:* 50 %
- 8. Formální stránka:* 100 %
- 9. Samostatnost studenta:* 75 %
- 10. Kontrola plagiátorství (výsledek):* negativní

## Závěr

*Výsledek:* 77.5 bodů

*Návrh hodnocení práce známkou:* velmi dobře

*Doporučuji práci k obhajobě:* ANO

## **Otázky pro diskusi a poznámky**

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

Studentka se zabývala tématem marketingové komunikace destinace, které je z hlediska konkurenceschopnosti destinací na trhu cestovního ruchu stále více aktuální. Určité nepřesnosti se vyskytly v pojmovém aparátu a používání odborných výrazů a ve výkladu některých pojmů (propagace vs. marketingová komunikace, návštěvník vs. turista apod.), autorka se mohla v teoretické části více zaměřit na literaturu řešící aplikaci komunikačních nástrojů v destinaci cestovního ruchu. Některé části jsou spíše popisné, než analytické, a bylo by vhodné u nich doplnit stručné zhodnocení a širší souvislosti na základě zjištěných dat (Nabídka destinace, Marketingová komunikace destinace Klatovsko). Velmi pozitivně lze však hodnotit koncepční přístup při zpracování návrhové části, který na základě vyvozených nedostatků při tvorbě destinančních produktů a jejich komunikaci (vč. nastínění její efektivity) přesně odpovídá požadavkům současného pojetí destinačního marketingu.

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

1. Jaký je význam online komunikace pro Klatovsko jako destinaci cestovního ruchu? 2. Jaká jsou obecně specifika marketingové komunikace destinace cestovního ruchu oproti jiným produktům?

***Datum:*** 12. 09. 2014

***Podpis vedoucího diplomové práce:***