



Posudek oponenta diplomové práce

Katedra: Katedra obchodu a cestovního ruchu

Student: Marie Ujcová

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název diplomové práce: Profil domácího návštěvníka Jihočeského kraje

Oponent diplomové práce Mgr. Petr Soukup

Povolání oponenta: ředitel kanceláře v Bruselu, odbor marketingu a vnějších vztahů, Jihočeský kraj

Hodnocení práce:

Volba tématu práce a její význam: (2) vhodné a významné téma

Komentář: Toto téma studentka zpracovávala ve spolupráci s Jihočeským krajem, téma bylo zvoleno po vzájemné dohodě všech stran.

Formulace cílů práce: (2) cíle byly vhodně formulovány

Komentář: Cíle práce odpovídají požadovaným výstupům.

Metodika zpracování: (1) velmi vhodně zvolena a formulována

Práce s daty a informacemi: (2) použitá data aktuální, práce s informacemi dostatečná vzhledem k tématu

Komentář: Vzhledem k období provádění výzkumů a zpracování, jsou data relevantní.

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

Komentář: Studentka umí správně pracovat s odborným pojmoslovím.

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: (2) práce je po odborné a praktické stránce dobře využitelná

Komentář: Práce přesně odpovídá požadavkům ze strany Jihočeského kraje, její výstupy mohou být prakticky zhodnoceny.

Celkové hodnocení práce:

Návrh hodnocení práce známkou: výborně

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky k obhajobě:

Otázka 1: Jaký je smysl v obecných průzkumech v oblasti, která je zcela evidentně tolik různorodá, má smysl se ptát 400 náhodných respondentů ze statisíců návštěvníků? Liší se výsledky průzkumu od zamýšlené Strategie cestovního ruchu Jihočeského kraje?

Otázka 2: Dají se nějak výsledky průzkumu generalizovat ve vztahu k zacílení aktivit jak kraje, tak konkrétních subjektů?

Datum: 15. 05. 2011

Podpis oponenta diplomové práce: