

**KARLOVA UNIVERZITA V PRAZE**  
**Fakulta sociálních věd**  
**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

---

**POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček! Po jejich vyplnění hotový posudek prosím vytiskněte, podepište, odevzdejte ve dvou kopiích a zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**

**Typ posudku** („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucího práce  Posudek oponenta

**Autor/ka práce**

Příjmení a jméno: Klímová Kateřina

**Název práce:** Specifikace marketingové komunikace západočeského lázeňského trojúhelníku v roce 2010

**Autor/ka posudku**

Příjmení a jméno: dr. Dolanská Nora, MBA

Pracoviště: IKSŽ

**1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**KOMENTÁŘ** (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Studentka se pustila do úkolu zpracovat komunikační aktivity západočeského lázeňského trojúhelníku tak, jak usiloval o zapsání na seznam světového dědictví UNESCO. V průběhu bádání narazila na další skutečnosti, které práci posunuly poněkud v obecnějšímu zkoumání do marketingové aktivity tohoto regionu, jak se ukázalo, byla iniciativa zapsání jen jednorázovým aktem s nenavazující koncepcí a nezřetěnou prací v marketingové rovině.

**2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	2
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	3
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	3
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

**KOMENTÁŘ** (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Práce se stala komparační studií srovnávání jednotlivých lázeňských míst, neboť se v průběhu zpracování ukázalo, že název "západočeský lázeňský trojúhelník" byl jen účelovým jednorázovým marketingovým tahem, aniž se rozpracovala další strategická marketingová aktivita pro její zavedení na trhu. Studentka se však nenechala odradit a hledala kořeny, proč se marketingově výraz dále nevířil, nepoužíval a proč s ním zatím jednotlivá města neumějí pracovat. Rozpolcenost podložila konkrétními důkazy a ukázala na účelové chování v jednotlivých lázeňských místech.

**3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE**

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 (jedinečné a vynikající – výborné – velmi dobré – dobré – ještě akceptovatelné – téměř nevyhovující – zcela nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	3

3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotíte stupněm 7. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 7)	3
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	2

**KOMENTÁŘ** (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Cituji ze závěru práce studentky: str.41" ...Kdyby se totiž města začala více chovat jako partneři a nesnažila se vytvořit autonomní oblasti cestovního ruchu, tak by to prospělo jak městům samotným, tak celému Karlovarskému kraji. Domnívám se, že by pro města bylo daleko jednodušší vytvořit jednotnou komunikační strategii, na které by se rovným dílem všechna tři města podílela a profitovala by z ní jako jeden celek, ale i jako jednotlivci." V tom spatřuji základní význam předložené práce, jež dokazuje, jak potřebné je často nahlédnout do zrcadla a uvědomit si, že nápad ještě není hotové dílo.

Stylisticky poněkud kostrbaté obraty pramení z autorčiny snahy se důstojně poprat s tématem, jež se v průběhu práce stal pouhou vidinou a v praxi není zrealizován.

**4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE** (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

Autorka předložila poctivou, i když nepříliš objemnou práci. Její význam spočívá ve zpracování faktu, že by odbor komunikace krajského zastupitelství měl o další dlouhodobé marketingové strategii vážně uvažovat a nejen se k ní účelově hlásit při snaze o uvedení na seznam památek UNESCO. Měli by si ji přečíst všichni, kdož se o zapsání mezi památky UNESCO jen "otřeli" a zkoumat všechny možnosti, jak tuto promarněnou příležitost dohonit.

**5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT MUSÍ VYJÁDŘIT:**

5.1	Existuje v západočeském lázeňském trojúhelníku nějaký dokument, jež tuto strategii dlouhodobě podporuje?
5.2	Jak jsou jednotlivá tři města z hlediska marketingu souměřitelná? Existuje nějaký společný bod, ze kterého by při propagaci mohly vycházet ?

**6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA** („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně  – velmi dobře  – dobře  – nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: .....

Podpis: .....

**Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!**