

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

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Růžičková Anna

Název práce: Komparace marketingové komunikace CK Trip a CK Kudrna

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: PhDr. 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 držela hlavní linie práce a snažila se najít zásadní metody marketingové činnosti dvou cestovních kanceláří, jež jsou zaměřené na sportovní a aktivní turismus, přesto se chovají na trhu zcela rozdílným způsobem.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

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

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

Práce je logická, systematická a vzhledem k odlišnému systému práce obou CK je výsledek komparace maximální možností, jak z veřejných zdrojů posoudit úspěšnost marketingu a propagace. Studentka se podrobně zabývá teoretickou přípravou, analýzou obou cestovních kanceláří, a možná až detailně předkládá, co vše v oblasti marketinku je možné u cestovního ruchu použít.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	2
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte stupněm 5. 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.)	1
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná	2

	kodifikace pravopisné normy, hodnotíte stupněm 5)	
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	1

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
 Studentka dokládá praktické příklady, v některých závěrech je však jen kopíruje a sama se do hlubšího hodnocení nepouští.

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

Výsledná práce dokazuje, že si právo na existenci v oblasti cestovního ruchu mohou vydobýt především ty organizace, jejichž obchodní činnost je zaměřena výhradně na určitou skupinu klientů. CK Trip je klasickým rodinným a skupinovým partnerem při výběru sportovní dovolené, jeho marketing je založen na silné osobní vazbě, zasílání pravidelných letáků a informací o novinkách a nabídkách. CK Kudrna je spíše klubová CK, jejíž členové se mezi sebou znají, vytvářejí určitou komunitu, takže má kontakt s nimi rovněž intimní charakter. To vše studentka ve své práci zdůraznila, snažila se vystopovat jistá pravidla pracovních postupů. Realizovala vlastní průzkum, z něhož však mnoho nevyplývá, snad jen zjištění, že obecně je ve svém regionu (Brně) CK Kudrna populárnější, než v Liberci CK Trip.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Jakými marketingovými metodami by se daly přilákat u obou CK noví zakázníci?
5.2	Myslíte si, že na českém trhu je ještě místo pro další CK tohoto typu?

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!