

# POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta/studentky:** Klára Kovářiková

**Název práce:** Marketingová komunikace cestovní kanceláře Surf-trip

**Cíl práce:** na základě analýzy současné marketingové komunikace Surf-trip z pohledu zákazníka i vedení vytvořit návrh na její zlepšení pro rok 2022.

## **Celková náročnost práce:**

podprůměrná                      průměrná                      **nadprůměrná**                      (zvýrazněte)

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

výborně                      -                      velmi dobře                      -                      dobře                      -                      nevyhovující                      (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos studenta/studentky	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Pravopis a stylistika	Dobře - nevyhovující

## **Praktická či teoretická využitelnost zpracování:**

podprůměrná                      průměrná                      **nadprůměrná**                      (zvýrazněte)

### **Hodnocení práce:**

Stupeň splnění cíle práce – předložená bakalářská práce zpracovává poměrně standardní téma marketingové komunikace, v tomto případě pro oblast surfingu. Stanovený cíl navrhnout úpravy marketingové komunikace na základě analýzy a výzkumu považuji za splněný. Náročnost zpracování shledávám jako nadprůměrné zejména s ohledem na využití analytické a výzkumné metody. Praktickou využitelnost taktéž považuji za nadprůměrnou, protože CK Surf-trip tyto návrhy může adekvátně realizovat. Z tohoto pohledu je tak práce zdařilá. Nicméně celkovou kvalitu výrazně snižuje jazykové zpracování (viz dále dílčí hodnocení a připomínky). Práci doporučuji k obhajobě, nicméně se značně sníženým navrhovaným hodnocením, právě díky zmíněnému jazykovému zpracování.

Samostatnost při zpracování tématu – studentka pracovala samostatně, svědomitě, pravidelně konzultovala s vedoucím práce.

Logická stavba práce – struktura práce je jasná a logická, obsahuje všechny podstatné a povinné kapitoly.

Práce s literaturou – práce využívá celkem 29 zdrojů, z toho 6 cizojazyčných, čímž splňuje požadavky na bakalářskou práci. Teoretická východiska jsou správně zaměřená na oblast marketingové komunikace v cestovním ruchu a ve sportu. Studentka vhodně a věcně cituje, doplňuje vlastní komentáře. Objevují se zde pouze občasné drobné formální nedostatky v odkazování na zdroje a formátování v seznamu použité literatury.

Adekvátnost použitých metod – použité metody považuji za vhodné a adekvátní. Studentka využila optimální kombinaci kvalitativních (analýza dokumentů, rozhovor) a kvantitativních (dotazníkové šetření) metod. V metodické části vše jasně a podrobně vysvětluje, popisuje a uvádí. Studentka prokázala schopnost správně pracovat s výzkumnými metodami.

Hloubka tematické analýzy – Studentka v daném rozsahu provedla vhodnou analýzu dosud používaných nástrojů marketingové komunikace. Při analýze výsledků z dotazníkového šetření spatřuji

rezervy v interpretaci některých statistických ukazatelů, dále pak postrádám viditelný smysl zjišťování pohlaví a věku respondentů, když s tím nijak dále studentka nepracuje (vše viz dále připomínky, popř. otázka č. 1 k obhajobě). Návrhy jsou poté zajímavé, vyplývající z analýzy a výzkumu, doplněné harmonogramem a rozpočtem. Diskuze je jen stručná a velmi obecná. Postrádám zde hlubší polemiku ohledně provedení výzkumu a také podrobnější propojení „praktické části“ s teoretickými východisky. Závěr poté obsahuje jen obecné zopakování obsahu práce a použité metodiky. Více by zde mělo být shrnutí nejdůležitějších praktických výsledků práce.

Úprava práce – z hlediska formální úpravy je práce v pořádku, plně odpovídá požadavkům a standardům bakalářské práce.

Pravopis a stylistika – v práci se objevuje velké množství pravopisných chyb, překlepů a dalších formálních nedostatků ve zpracování textu. Někdy jsou také věty konstruovány nelogicky.

### **Připomínky:**

Str. 9 – pravopisné chyby – „... olympijských hrách v Tokiu 2020, které byli kvůli ...“; „V roce 2020 byl také založen, Český svaz surfingu.“; „... větší konkurence v oblastí firem, ...“

Str. 11 – překlep – „Tyto sektoru mohou ...“

Str. 14 – chybí odkaz na zdroj a pravopisné chyby – „Morrison považuje za nejvýznamnější tyto 4P:“

Str. 15 – překlep, slova navíc, pravopisná chyba – „Dle Jukubíkové (2012) tvoří ...“; „Dle Jukubíkové (2012) tvoří balíčky spolu s tvorbou programů plní v marketingu ...“; „Organizace by se měli soustředit na výběr ...“; „Také by měli určit pravidla ...“

Str. 16 – pravopisné chyby a překlepy – „V této seminární práce se budeme zabývat ...“ (práce je bakalářská, nikoli seminární); „... kterými jsou osobní a organizační komunikace, masmédiá a sportovní komunikaci.“; „... dále se jednotlivými komponenty budeme věnovat podrobněji.“

Str. 17 – pravopisné chyby – „Důležitou formou komunikace v rámci profesionálního sportu a sportovními médii ...“; „... zda se jedná o komunikaci v rámci sportovní organizaci nebo mezi ...“

Str. 18 – překlep – „..., ale mělo by docházek k vzájemnému ...“

V práci občas na více místech autorka nesprávně odkazuje na zdroje – za celou větou uvádí např. „... vzájemnému porozumění. Černá (2020)“, přičemž má být „... vzájemnému porozumění. (Černá, 2020)“

Str. 19 – pravopisná chyba – „Mezi tyto média ...“; „poradentství“

Str. 20 – pravopisná chyba – „... o vytvoření a udržení, co nejlepších vztahů ...“

Str. 21 – odlišný formát citace – „KARLÍČEK (2016, str. 10) rozumí ...“

Str. 21 – překlepy – „... brát v úvahu, jako komunikovaná informace ...“; „... až do fáze závěrečné fáze.“; „Mezi tyto fáze patří Kotler (2017):“

Str. 22 – chybějící odkazy na zdroje – „Podle Karlíčka existují dva typy ...“; „Dle Karlíčka mají postoje ...“

Str. 22 – pravopisná chyba – „Těmito cíle může být ...“

Str. 23 – pravopisné chyby – „Přikrylová (2019) uvádění ve své publikaci ...“; „diferencovat značku, produktu, firmu,“; „... jakými jsou například komunikaci s ostatními lidmi ...“

Str. 23, graf 1 – internetové adresy by neměly být ve formátu hypertextového odkazu.

Str. 24 – pravopisné chyby – „... byly firmy nuceni ...“; „... jak zákazníkovi předat základní informace ...“; „... uvádí několik zásah kvalitního webu:“; „... a smysluplné polinkování,“

Str. 26 – pravopisné chyby – „... vztah ze současnými zákazníka ...“

Str. 27 – pravopisné chyby, nelogická věta – „... nebo lidé známý skrze sociální sítě.“; „... influenceři jsou lidé, kteří ...“; „... většina lidí dá na doporučení svým přátel, ...“; „Mezi sociální sítí, která využívá hlavně video obsah je Tik-Tok, který se soustředí na krátká videa.“

V kapitole 3.2 Úkoly je nelogicky uveden první dílčí úkol („Nastudování odborné literatury a vysvětlení stěžejních pojmů souvisejících s tématem bakalářské práce“), který již byl splněn v předchozí kapitole.

Str. 30 – pravopisná chyba – „... vytvořen soubor témat, případně otázek, které mohou být v průběhu rozhovoru pozměněna, případně dovysvětlena.“

Str. 31 – pravopisné chyby – „... bylo důležité několik faktorů, ...“; „... bylo důležité, jak pravidelnost videí ...“

Str. 32 – pravopisné chyby – „... použita k analýze současné marketingové komunikaci.“; „... byli stanoveny hypotézy ...“

Str. 35 – pravopisná chyba – „... na vzorku deseti osob, které byli známí účastníci kempu či zaměstnanci ...“

Str. 36 – pravopisné chyby – „... a žádá si správně nastavenou marketingovou komunikaci ...“; „Pro účely této bakalářské práce z rozhovoru ...“; „... byla změna chování zákazníku ...“; „... o mladší aktivní klienty, které mají ve svých ...“

Dále již zde nebudu vypisovat další pravopisné chyby, překlepy a další formální nedostatky ve zpracování textu. V práci je jich velké množství.

Indexy špičatosti nejsou příliš interpretovány z hlediska významu získaných informací, je pouze konstatováno, zda rozložení odpovědí bylo plošší či špičatější. Hodnoty směrodatných odchylek, pohybujících se kolem „1“ jsou často interpretovány jako nízké, nicméně v 5-ti stupňové škále se jedná naopak o celkem vysoké hodnoty. Při průměrné hodnotě např. 2 a směrodatné odchylce 1 se jedná o nejčastější výskyt hodnoty 2+-1 (tedy od 1 do 3), což je většina stupňů hodnotící stupnice.

#### **Otázky k obhajobě:**

1. Z jakého důvodu byli respondenti dotazováni na pohlaví a věk, když se s těmito proměnnými ve výsledcích dále nijak npracuje, např. ve formě podrobnější analýzy výsledků dle jednotlivých skupin respondentů?

2. Proč je navrhováno zasílání newsletterů skrze e-mail pravidelně jednou měsíčně, když dosud je zasílán jednou až dvakrát měsíčně a většina respondentů by si přála méně časté zasílání?

#### **Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře – dobře v závislosti na průběhu obhajoby.**

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi/studentce.

V Praze dne 13.1.2022

.....  
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.