

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Název práce: Možnosti využití sociálních sítí v marketingové komunikaci destinace cestovního ruchu

Autor práce: Petr Jelínek

1. Práce odpovídá zadanému tématu a osnově	5	(max. 5)
2. Autor uplatnil znalosti nabyté studiem na DFJP	4	(max. 5)
3. Autor správně citoval vhodnou odbornou literaturu	3	(max. 5)
4. Naplnění cíle práce	10	(max. 10)
5. Autor postupoval při zpracování iniciativně a samostatně	10	(max. 10)
6. Jazyková úroveň práce (sloh, gramatika)	6	(max. 10)
7. Formální úroveň práce (úprava, přehlednost)	8	(max. 10)
8. Při zpracovávání práce autor dodržoval předepsané termíny	10	(max. 10)
9. Autor využíval konzultací a řádně zapracoval připomínky vedoucího práce	10	(max. 15)
10. Celková odborná úroveň práce	18	(max. 20)

Celkový počet bodů: 84 (max. 100)

Práci k obhajobě doporučuji a hodnotím ji známkou: výborně minus

V Pardubicích 11.6.2014

Ing. Helena Becková, Ph.D.

Případný komentář k výše uvedenému hodnocení:

1. Jakou roli v marketingové komunikaci destinace prostřednictvím sociálních sítí hrají mobilní technologie?
2. Jak by bylo možné využít v marketingové komunikaci destinace sociální síť Pinterest?

Poznámky: 100 - 91 bodů = výborně 70 - 61 bodů = velmi dobře minus
90 - 81 bodů = výborně minus 60 - 51 bodů = dobře
80 - 71 bodů = velmi dobře 50 - 0 bodů = nevyhověl