



POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Lucie Lacková

Název diplomové práce: Marketingová komunikace firmy působící na trhu kongresového a
incentivního cestovního ruchu

Cíl práce: Cílem práce je návrh marketingové komunikační strategie zaměřené na produkt
incentivní a kongresové turistiky.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Iveta Honzáková

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	X			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu		X		
Hloubka provedené analýzy		X		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	X			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	X			
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		X		
Formulování vlastních názorů diplomantem		X		
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		X		
Stylistická úroveň práce		X		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	X			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací				

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Jakou perspektivu mají regiony v kongresovém turismu?
2. Uveďte faktory, podle kterých organizátor vybírá destinaci pro své kongresové/incentivní akce?

Práci doporučuji - ~~nedoporučuji~~* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: VELMI DOBŘE

Datum:

.....
Podpis vedoucího diplomové práce





Studentka se ve své práci zabývá rozbořem kongresové a incentivní turistiky v Libereckém kraji. V první části diplomové práce jsou nastíněná teoretická východiska marketingu cestovního ruchu. Druhá část obsahuje představení společnosti Sundisk, s.r.o., včetně analýzy konkurence a zákazníků společnosti. Ve třetí části diplomantka analyzuje vhodnost destinace Libereckého kraje pro zavedení nového produktu a ve čtvrté kapitole navrhuje nový, specifický zaměřený komunikační mix pro úspěšné zavedení daného produktu (organizování kongresových a incentivních akcí).

Studentka prokázala schopnost prakticky aplikovat své teoretické znalosti z oblasti marketingu i cestovního ruchu a použít je při vyhodnocování získaných dat. Informace získané z vlastního pozorování i dotazování zpracovala přehledně a srozumitelně.

Obsahová i formální stránka práce je na velmi dobré úrovni, k vypracování diplomové práce studentka přistupovala velmi svědomitě a samostatně.

