<table>
<thead>
<tr>
<th>Definice problému</th>
<th></th>
<th>BP</th>
<th>max</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Originalita, aktuálnost a náročnost tématu</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Formulace cíle práce (srozumitelnost, reálnost, vztah k tématu)</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Teoretická východiska (srozumitelnost, úroveň kompilace, kritičnost, exaktnost)</td>
<td>5</td>
<td>6</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Charakteristika společnosti, instituce, trhu (obsah, přehlednost)</td>
<td>5</td>
<td>7</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Použité zdroje (rozsah, kvalita, aktuálnost)</td>
<td>5</td>
<td>6</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Cíl práce mohl být formulován přesněji, měl zahrnovat i názor zákazníka. Teoretická východiska obsahuje základní nástroje marketingové komunikace a marketing památek. Marketingový níz je vymezen příliš obecně. Charakteristika obsahuje potřebné informace, mohla být jen lépe strukturována a názvy subkapitol lépe pojmenovány.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Metodika práce</th>
<th></th>
<th>BP</th>
<th>max</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Popis metodiky práce</td>
<td>5</td>
<td>6</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Metodika shromažďování dat</td>
<td>4</td>
<td>7</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Metodika analýzy dat</td>
<td>6</td>
<td>7</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Úroveň dokumentace (přílohy, dotazník, scénář, výsledky)</td>
<td>5</td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>


<table>
<thead>
<tr>
<th>Výsledky řešení</th>
<th></th>
<th>BP</th>
<th>max</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vztah mezi teoretickými východisky a praktickou aplikací</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Diskuse a analýza shromažďených dat</td>
<td>5</td>
<td>8</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Návaznost návrhů a závěrů na analýzy</td>
<td>4</td>
<td>6</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Míra využitelnosti výsledků (pro teorii, pro praxi)</td>
<td>4</td>
<td>6</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Vztah mezi teoretickými východisky a praktickou aplikací je omezený. Autorka zkoumanou problematiku plně nevyužila, protože tématu věnuje pouze dvě z tématických otázek v přiloženém dotazníku. To se pak odráží v návrzích a doporučení, kde studentka spíše vychází z empirie než výsledků analýz (viz kap. 6.1.4 Volba komunikačních kanálů). Statistické testy mohly být rozmístěny v páté kapitole, aby dokumentovala vliv proměnných. Spokojenost měla být přepočítána z distribučního rozdělení na průměrné hodnoty a potom na procenta (viz. obr. 5.13).

<table>
<thead>
<tr>
<th>Efektivní komunikace (formální úroveň)</th>
<th></th>
<th>BP</th>
<th>max</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Stylistika</td>
<td>5</td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gramatika</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Jednotný vizuální styl (sjednocení fontů, struktura členění práce, barevné sladění)</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Přehlednost a srozumitelnost (logická návaznost, absence překlepů, tisková kvalita)</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Dodržení norem (citace, zápis vzorů, označování tabulek a grafů, číslování)</td>
<td>5</td>
<td>5</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Vizuální styl prozrazuje pečlivost autorky. Výhrady jsou jen k šedému fontu a nesladění barev v obr. 5.1 a 5.2. Vyhodnocení analýz jde spíše podle pořadí otázek v dotazníku, ne podle logiky rozhodovacího procesu.

**Bodové hodnocení**

| Bodové hodnocení | 78 | 100 |

**Doporučení k obhajobě:** ano

V Ostravě 29. 5. 2017

**Hodnocení:** velmi dobře

[Signature]

doc. Ing. Vojtěch Špačil, CSc.