

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Lucie Dudová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingových aktivit vybraného subjektu
Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
Podnik – firma: ZČU - FEK - KMO

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (řešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Studentka v předložené práci zkoumá marketingové aktivity vybraného lázeňského hotelu.

Práce odpovídá požadavkům na bakalářské práce na Fakultě ekonomické ZČU.

Postup zpracování práce je vhodný a logicky navazující.

Teoretická část práce využívá omezenější šíře informačních zdrojů. V praktické části, především v analýze konkurence autorka často přebírá názor vedení hotelu, považoval bych za vhodnější spíše větší odstup. Za ne zcela potvrzené, s ohledem na výčet dodavatelů, považuji tvrzení, že se hotel soustřeďuje na malé dodavatelské subjekty z regionu (str. 38). Návrhy odpovídají výstupům realizovaných rozhovorů a jedná se o návrhy v oblasti produktové. S ohledem na konstatování o zanedbávání marketingové komunikace hotelu bych předpokládal větší fokus na tuto oblast. A u návrhu instalace kryosauny postarádám alespoň základní výpočet ceny, doby návratnosti apod.

Po formální stránce nezačínají hlavní kapitoly na nové stránce.

Nicméně autorka prokazuje dobré analytické schopnosti při zkoumání lázeňského hotelu, vhodně zvolila metodu získání informací a výstupy dobře aplikovala ve svých návrzích.



Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Z Vašeho pohledu - jaký je rozdíl mezi samoplátcí a zahraniční klientelou - str. 10-11?

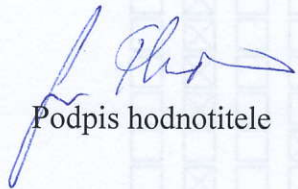
Je důvodem přejmenování lázeňského hotelu příslušné politické prohlášení/aktivita krajského úřadu?

Na str. 34 píšete o zanedbávání marketingové komunikace. Musí nevyužívání některých částí marketingového mixu nutně znamenat zanedbávání marketingové komunikace?

Je při analýze konkurence (str. 39) důležitý pohled managementu hotelu (resp. jeho úvahy)?

Zohledňuje cenová kalkulace balíčku Aktiv nabízenou slevu 20 % (po splnění podmínky)?

V Plzni, dne 15.1.2016


Podpis hodnotitele

Návrhují klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Studentka v předložené práci zkoumá marketingové aktivity vybraného lázeňského hotelu.

Práce odpovídá požadavkům na bakalářské práce na Fakultě ekonomické ZČU.

Postup zpracování práce je vhodný a logicky navazující.

Teoretická část práce využívá omezenější šife informačních zdrojů. V praktické části, především v analýze konkurence autorka částečně přebírá názor vedení hotelu, považoval bych za vhodnější spíše vlastní výstup. Za ne zcela motivující a obléhava na výhled dodavatelů považuji tvrzení, že se hotel

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).