



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Michal Ptáček
Studijní program: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketing vybraného hotelu

Hodnotitel – oponent: doc. Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

Podnik/organizace oponenta:

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

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní 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
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Cílem bakalářské práce je definovat marketingový mix hotelu Royal v Mariánských Lázních a následně analyzovat a zhodnotit uplatnění marketingové komunikace a zjistit spokojenost hostů se službami hotelu. Ze získaných výsledků výzkumu navrhnout případná doporučení pro zlepšení marketingové komunikace a ke zvýšení spokojenosti hostů.

Teoretický základ práce se zabývá tématy marketingu a marketingu služeb, nicméně zcela chybí část věnovaná specifikům služeb v oblasti turismus/hospitality/lázeňství (např. definice služeb lázeňského hotelu, kde je produkt velmi specifický) a marketingového mixu v turismu - např. packaging (kterým se pak ale autor při aplikaci marketingového mixu na konkrétní hotel zabývá). Z neúplného teoretického základu k odvětví turismu pak vyplývají chyby v odborné terminologii (např. turistika místo turismus/cestovní ruch, s. 44).

Autor rovněž používá druhotné citace i u dostupných zdrojů. V kapitole 2 autor několikrát uvádí, že "zkušenosti z praxe ukazují...", není ovšem zřejmé, čí zkušenosti má autor na mysli. Pokud své vlastní, tak nepatří do teoretického základu, pokud cizí, tak je necituje...

V práci chybí samostatná kapitola metodika, která by jasně definovala všechny použité metody výzkumu, tedy i analýzy vnějšího prostředí a SWOT. Z toho následně plyne, že uvedené analýzy jsou pouze popisné. Výzkumem v této práci totiž není jen dotazníkové šetření.

Autor dále ve výsledcích dotazníkového šetření uvádí, že hodnocení různých faktorů spokojenosti mezi sebou koreluje. Korelaci však jako použitou metodu neuvádí a korelační analýza provedena nebyla.

V práci se vyskytuje množství gramatických i stylistických chyb. Návrhy jsou velmi strohé, omezují se u každého identifikovaného problému na jednu velmi obecnou větu, přidaná hodnota vlastního řešení a doporučení je tak velmi nízká.

Práci doporučuji k obhajobě a hodnotím ji stupněm dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

1. Uveďte rozdíl mezi výzkumným předpokladem 2 a 3 a ve způsobu jeho ověření.
2. Vysvětlete, prosím, jaké zkušenosti z praxe v kapitole 2 máte na mysli.

V Plzni, dne 22. 5. 2023

Podpis hodnotitele