

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Zdenka Vodičková
Studijní obor/zaměření: Marketing obchodních činností
Téma bakalářské práce: Návrhy na zefektivnění marketingové komunikace hotelu a restaurace Koliba

Hodnotitel – oponent: Ing. Eliška Klatová
Podnik – firma: ZČU, katedra KPM

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
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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

Předkládaná bakalářská práce je zpracována kvalitně. Teoretická část je zpracována přehledně s využitím dostatečného množství literárních zdrojů. Oceňuji přístup autorky, že se nezabývala pouze jedním teoretickým názorem, ale vzala v úvahu více pohledů od několika autorů. V praktické části se autorka zabývá již konkrétním zařízením, avšak v určitých částech (např. kapitola 5) je to bráno velice obecně a autorka se příliš nezabývá podstatnými informacemi, které mohou v postavení na trhu značně ovlivnit. Dále nesouhlasím příliš se srovnáním s danou konkurencí, která ne zcela přesně odpovídá svým zaměřením. Praktická část je značně obsáhlá (některé věci se opakují), např. srovnání s konkurencí je zbytečně detailní a bylo by účelnější věnovat tento prostor zkoumanému subjektu. V závěru práce mi chybí konkrétní nápravná marketingová opatření, která by opravdu vedla ke zvýšení obsazenosti, resp. k přilákání nových, potenciálních návštěvníků.

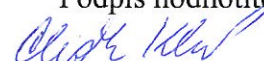
Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

V kapitole 4.8 uvádíte, že subjekt spolupracuje s lyžaským areálem. Jakým způsobem tato spolupráce probíhá, jaké má přínosy pro hotel? Neuvažuje se o rozšíření spolupráce na další sportovní subjekty tak, aby mohlo dojít k rozšíření stávající nabídky služeb, tzn. oslovení nových cílových segmentů? Pokud ano, jak a koho?

Jedním z nástrojů prodeje uvádíte slevové portály. Je možné již proběhlou spoluprací zhodnotit? Bude v tomto trendu společnost pokračovat nebo se bude snažit hledat jiné marketingové aktivity?

V Plzni, dne 23.5.2013

Podpis hodnotitele



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).