

## HODNOCENÍ VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

VEDOUcí BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (JMÉNO, PŘÍJMENÍ A TITULY)	BAKALÁŘ (JMÉNO, PŘÍJMENÍ, PŘÍPADNĚ I TITULY)
Ing. Marek Záboj, Ph.D.	Jana Kadlečíková

NÁZEV PRÁCE <b>Inovace slevových a věrnostních programů v hotelnictví</b>
---

Úroveň splnění tématu BP	A	B	C	D	E	F
stupeň splnění cíle				x		
logická stavba práce a návaznost částí			x			
hloubka provedené analýzy					x	
vhodnost použitých metod				x		
úroveň použití metod					x	
závěry práce				x		
vlastní přínos studenta k tématu				x		
význam pro teorii / praxi					x	

Splnění formálních náležitostí BP	A	B	C	D	E	F
práce s literaturou, citace			x			
úprava práce – text, grafy, tabulky, ...		x				
styl, jasnost formulací			x			
gramatická úroveň, překlepy		x				
samostatnost a aktivita studenta při zpracování				x		
stanovení a plnění harmonogramu tvorby práce				x		
spolupráce s vedoucím práce				x		

**Pro uvedení konkrétních připomínek a otázek k práci, resp. průběhu zpracování použijte druhou, případně i další strany hodnocení.**

**U obhajoby požadují odpověď na následující otázky:**

- 1) Které faktory podle autorky nejvíce ovlivňují využití slev a věrnostních programů?
- 2) Vysvětlete podrobněji rozdíl mezi privátními návštěvníky a business klientelou a důvod rozdílného přístupu k těmto segmentům.

NAVRŽENÁ ZNÁMKA:  
(POUŽÍVEJTE STUPNICE A, B, C, D, E, F)

**D**

**Slovní hodnocení práce:**

Bakalářská práce studentky Jany Kadlečíkové s názvem "Inovace slevových a věrnostních programů v hotelnictví" splňuje základní požadavky kladené na práce tohoto typu. Zaměřuje se na jeden z prvků marketingového mixu – komunikaci, a sice na podporu prodeje ve formě slev a věrnostních programů.

V úvodu je chybně definován cíl práce – nemůže to být zjištění nějakých informací, nýbrž návrh něčeho nového či inovace nebo zlepšení aktuální situace.

V teoretické části je provedena literární rešerše z dostupné odborné literatury. Jistým nedostatkem je chybějící podrobnější rozbor jednotlivých citací.

Analytická část je zaměřena na zhodnocení jednotlivých prvků marketingového mixu reálného podnikatelského subjektu poskytujícího ubytovací služby, přičemž důraz by měl být kladen zvláště na propagaci.

Návrhová část není zpracována v potřebném rozsahu. Jsou zde sice uvedeny konkrétní slevové akce či balíčky, ale chybí jejich podrobnější zhodnocení ve vztahu k ekonomické situaci firmy.

Bakalářské práce odevzdaná v listinné podobě je stejná jako verze BP vložená do informačního systému Theses.

Předkládaná bakalářská práce není plagiátem.

Bakalářskou práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení: **D**

**Vedoucí bakalářské práce:** Ing. Marek Záboj, Ph.D.

Datum, místo a podpis vedoucího: 28. 4. 2016, Brno