

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketingová strategie cestovní kanceláře

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Severová Kateřina

Oponent práce: Doc. Ing. Zdeněk Říha, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	
	Ne	X
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	X
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	X
Struktura práce	Úplná, logická	
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	X
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	X
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	X
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Bakalářská práce je zaměřena na návrh marketingové strategie firmy z oblasti cestovního ruchu. Tento cíl se však nepovedlo zcela naplnit. Např. dle Managementmania.com marketingová strategie zahrnuje tyto fáze: fáze analýz, fázi syntézy, fázi realizace a fázi kontroly a korekce. Vlastní návrhová část tyto fáze neobsahuje, pouze dotazník, který víceméně není v závěrečných návrzích autorky práce promítnut. Návrhům nepředchází podrobná analýza. Z čeho plyne, že má společnost poskytovat klientům propagační předměty (je opravdu toto tak zásadní)? Z čeho vyplývá navrhovaná výše slev? Takových otázek se nabízí daleko více. Samotná práce navíc obsahuje i celou řadu krkolomných a mnohdy i neoborných formulací.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Plynou nějaká doporučení pro marketingovou strategii z grafů 1 a 2?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jak nastavit komunikaci se zákazníky vzhledem k epidemii koronaviru, resp. k tomu, aby zákazníci opět poptávali zájezdy od cestovní kanceláře?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jak se bude trh cestovního ruchu dále vyvíjet?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	
	nedoporučuji k obhajobě	X

Datum: 03.06.2021

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz