



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Eva Jakubcová
Název práce: Marketingová strategie cestovní agentury Sportcentrum
Autor posudku: Gabriela Slaninová
Cíl práce: Cílem práce je zanalyzovat mikro a makroprostředí vybrané cestovní agentury a zhodnotit její možnosti a následně navrhnout vhodnou marketingovou strategii.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Systém vykázal akceptovatelnou shodu 3 % s jinými texty.

Dílní připomínky a náměty:

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Autorka v závěrečné práci soustředí svoji pozornost k tématu marketingu, výzkum pak směřuje k výzkumu marketingové strategie konkrétní cestovní agentury. K dosažení vytyčených cílů využila adekvátních metod, postupovala logicky. Zabývala se analýzou stávající marketingové strategie cestovní agentury Sportcentrum, provedla analýzu mikro a makroprostředí, analýzu konkurence a SWOT analýzu. Pro výzkum trhu byla zvolena metoda dotazování. Tato volba byla plně v kontextu s cílem práce a svědčí o dobrém metodologickém přehledu autorky. Teoretická východiska tématu jsou představena přehledně, autorka velmi dobře pracuje s využitými prameny, v textu je vzájemně propojuje. Postupuje od stručně uvedeného obecnějšího základu ke specifikaci témat dle zkoumané oblasti. Představuje přehledný celek teoretických poznatků, neztrácí se v mnohosti, prokazuje, že dovede vystihnout podstatné. Používá odborný jazyk. Analytická část je příkladem velmi dobře zvládnuté výzkumné práce. Výsledky výzkumu jsou představeny přehledně, podrobně, jsou tabelárně a graficky zpracovány. Autorka ze získaných dat vytěžila maximum, také v tomto lze její počínání ocenit

jako poctivé a chvályhodné. data V diskuzi výsledků a v závěru práce autorka prokazuje, že zjištěné skutečnosti dokáže nejen popisně shrnout, ale také interpretovat a navrhopat opatření pro dobrou praxi. Tato práce se ve svém výsledném efektu neomezuje pouze na agenturu Sportcentrum, ale může být například z hlediska reflexe a tvorby marketingové strategie inspirací pro jiné firmy.

Otázky k obhajobě:

1. Na s. uvádíte předpoklad, že dovolenou zařizují převážně ženy. Odkud jste pro něj čerpala? A myslíte, že tento trend „jde s dobou“?
2. Co by bylo podle Vás konstruktivní a efektivní pomocí stran státu směrem k agenturám, jako je Vámi zkoumaná, nastane-li krize spojená např. s pandemií?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Hradci Králové, dne 29. srpna 2021

podpis