

HODNOCENÍ VEDOUČÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

VEDOUČÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (JMÉNO, PŘÍJMENÍ A TITULY)	BAKALÁŘ (JMÉNO, PŘÍJMENÍ, PŘÍPADNĚ I TITULY)
Dr. Ing. Pavel Tvrzník	Juraj Popovič

NÁZEV PRÁCE Marketingový komunikační mix vybraného hotelu
--

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. Proč jste ne zvolil v rámci marketingového mixu 8P, ale jen 7P?**

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

A - VÝBORNĚ.

Slovní hodnocení práce:

Teoretická část bakalářské práce je zpracována přehledně s charakteristikou a definicí marketingu především pak jeho komunikačního mixu a jejich základních cílů. Marketingový mix je charakterizován na úrovni 4P a 7P, doplněn o základní marketingové analýzy. V praktické části jsou uvedeny základní charakteristiky a specifika vybraného podniku. Vhodně volená SWOT analýza a její grafické znázornění ukazuje na určité nedostatky ve funkčnosti hotelu a jeho možné ohrožení z hlediska konkurenčního prostředí. Tento výsledek je možnou hybnou silou pro majitele hotelu pro následnou praktickou aplikaci navržených doporučení. Analýza cen a obrátu a další hodnocení především ze zdrojů sociálních sítí, které jsou v současné době

klíčovým aspektem sdělování informací. Dotazníkové šetření i době uzavření všech podniků tohoto typu hodnotím jako velice úspěšné a získané odpovědi vyjádřené grafy mají jednoznačnou vypovídající schopnost pro o představách a potřebách zákazníků a přispívají tak ke tvorbě závěrů.

V návrhové části jsou doporučena praktická opatření, které při jejich realizaci pravděpodobně povedou ke zlepšení marketingové komunikace a s tím souvisejícím předpokladem nárůstu spokojených hostů.

Závěr BP je vyhodnocením toho, jak byl naplněn její cíl stanovený zadáním a pro koho je využitelná.

Závěr:

BP má praktické využití a její cíl byl splněn. Práce není plagiátem.

Bakalářskou práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení: **A – výborně**.

Vedoucí bakalářské práce: Dr. Ing. Pavel Tvrzník

Datum, místo a podpis vedoucího: 1. 5. 2021, Brno