|  |
| --- |
| **Vysoká škola obchodní a hotelová** |

**Hodnocení**

**vedoucího bakalářské práce**

|  |  |
| --- | --- |
| Vedoucí bakalářské práce (jméno, příjmení a tituly) | Bakalář (jméno, příjmení, případně i tituly) |
| Ing. Marek Záboj, Ph.D. | Andrea Kohútová |

|  |  |
| --- | --- |
| Název práce | Využití komunikačního mixu v subjektu cestovního ruchu |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 požaduji odpověď na následující otázky:**

Upřesněte cílovou skupinu zákazníků, pro kterou je určena navržená komunikační strategie.

|  |  |
| --- | --- |
| Navržená známka: (POUŽÍVEJTE STUPNICI A, B, C, D, E, F) | **D** |

**Slovní hodnocení práce:**

V teoretické části bakalářské práce s názvem Využití komunikačního mixu v subjektu cestovního ruchu je zpracována literární rešerše z dostupných zdrojů, a to na zadané téma. Jistým nedostatkem je chybějící podrobnější rozbor uvedených citací a větší pozornost aplikaci komunikačního mixu do odvětví cestovního ruchu, zvláště pak v členění na ubytovací a stravovací služby a provoz cestovních kanceláří.

V analytické části je vhodnější SWOT analýzu uvádět až na konec jako shrnutí a zhodnocení. Její jednotlivé prvky nejsou patřičně argumentovány a příležitosti nevyplývají přímo z vnějšího prostředí, ale jsou to již spíše návrhy či strategie.

V praktické části postrádám identifikaci faktorů, které by mohly ovlivnit úspěšnou implementaci zpracovaných návrhů a opatření na zlepšení současné situace v marketingovém managementu sledovaného subjektu.

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

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

Datum, místo a podpis vedoucího: 1. května 2017, Brno