

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketingová komunikace hotelu v Brně

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Špačková Martina

Vedoucí práce: Ing. Olga Kutnohorská, Ph.D.

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

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

Další hodnocení:

Hlavním cílem diplomové práce bylo popsat stávající marketingovou komunikaci brněnského hotelu Slavia a na základě zjištěných skutečností navrhnout možná zlepšení a zefektivnit marketing pro hotel. V teoretické části práce si autorka připravuje kvalitní teoretické zázemí pro zpracování následující analytické části, čerpá z množství literárních zdrojů různého typu. Rešerše zaměřená na marketing, marketingovou komunikaci a marketing na sociálních sítích má adekvátní rozsah, stavba textu je logická. Oceňuji, že se autorka zaměřila především na moderní formy marketingové komunikace. V poslední kapitole této části je prezentována podrobná metodika. Citace odpovídají normě, seznam literatury odpovídá literatuře v textu. Navazuje analytická část, kde je nejprve popsán vybraný hotel a jsou zde přehledně představeny veškeré služby, které hotel nabízí. Další kapitola je věnována marketingové komunikaci hotelu, autorka nezůstala pouze u popisu jednotlivých komunikačních cest, ale zároveň sumarizovala odezvy zákazníků přes jednotlivé atributy služeb hotelu na vybraných hodnotících platformách. V následující části je identifikována konkurence a její marketingová komunikace, tato část slouží jako hlavní podklad pro kvalitativní výzkum. Poznatky soustředěné v rámci teoretické a analytické části jsou závěrem zohledněny v podrobných doporučeních. Autorka při psaní práce prokázala iniciativu a schopnost samostatně zvládnout zadané téma, případné připomínky akceptovala a zapracovala do textu. Práce je psána čtivou formou, sporadicky obsahuje stylistické a gramatické chyby, splňuje požadavky kladené na tento typ prací, proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Byla Vaše doporučení předložena vedení hotelu? Pokud ano, jak byla přijata?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jak byste ověřila, že jsou Vaše doporučení správná?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jsou Vaše doporučení platná pouze pro vybraný hotel nebo by některá bylo možné zobecnit? Pokud ano, která?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Datum: 08.06.2020

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz