

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Návrh marketingového mixu penzionu Villa Alena

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Suchá Simona

Oponent práce: Ing. Peter Matisko, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	Relativně jednoduché	
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	X
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

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

Další hodnocení:

Závěrečná práce obsahuje poměrně značné množství nedostatků jak v obsahové tak formální rovině. Samotný cíl práce sestavit marketingový mix může navádět k vytvoření pouhého seznamu a popisu položek mixu bez hlubšího zkoumání a zejména bez návaznosti na další akce a využití mixu. To se přesně v práci stalo. Naví praktick´=a část využívá jenom mix 4P, který je pro marketing úplně nevhodný, protože postrádá pohled klienta. Teoretická část zmiňuje mix 4C, ale tento se v praktické části nevyužívá. Závěry práce jsou velmi subjektivní, velmi často obsahují slova "může využít", "by mohl přinést" a podobně. Akademickou práci nelze psát takto abstraktně a vágně. * Kapitola 3.5.1 se v podstatě nedá přečíst. Proč nejsou data v grafech nebo tabulkách? * SWOT analýza je nedostatečná, subjektivní. Takto SWOT vypadat nemá. Jednotlivá tvrzení mají být podložena a vysvětlena, ne jenom ad hoc poskládaná do tabulky, jak to autorka cítí. * S výsledky SWOT analýzy se v podstatě dál nepracuje. * Za největší problém práce považuji kapitolu 3.6., která by měla být stěžejním výsledkem. Obsahuje pouze souhrn bodů marketingového mixu, ale za prvé tento souhrn se velmi podobá úvodní analýze a za druhé z tohoto mixu neplyne pro podnik nic dalšího. Navíc, jak bylo zmíněno, mix 4P je osamocený velmi málo hodnotný, neobsahuje popis klientely a propojení podnikání a klientů. Práci proto považuji za nedostatečnou, v podstatě nedokončenou, bez užitečných závěrů zkoumání. Kdyby majitelé vzali kapitolu 3.6. tak vůbec neví, jak ji použít pro zlepšení svého podnikání. Kapitola 3.2.2 je velmi vágní, různými způsoby popisuje cenotvorbu, celkově však působí chaoticky, bez dostatečného vysvětlení tvrzení a bez jasného závěru. Ze syntézy cenotvorby by měla vzejít alespoň tabulka cen pro různé sezóny, pokoje, akce a podobně. * Další menší chyby: překlepy, které dokáže odhalit i spell checker ve wordu; slovo "optimálnější" neexistuje; některé tabulky jsou uvedené jako obrázek, například Obrázek 2; kapitola 3.2.2 špatně používá pojem čistý zisk, což by se u absolventa ekonomické školy nemělo stávat. * Práci považuji za nedostatečnou a proto ji nemůžu doporučit k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak má vedení firmy využít marketingový mix pro sestavení marketingu a prezentaci firmy?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Vysvětlete pojem čistý zisk z kapitoly 3.2.2.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jaké konkrétní akce plynou ze SWOT analýzy? Co má firma udělat?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	
	nedoporučuji k obhajobě	X

Datum: 15.12.2021

Podpis oponenta práce