



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Pavla Semecká

Název práce: Marketing hotelových řetězců

Autor posudku: Dagmar Hrušová

Cíl práce: Cílem bylo zjistit, jak jsou využívány marketingové nástroje ve vybraném hotelu řetězce OREA hotels, hotel Sklář v Harrachově, a vypracovat SWOT analýzu hotelu Sklář. Dílčím cílem bylo tyto zjištěné výsledky aplikovat na ostatní hotely, které patří do hotelového řetězce OREA hotels. (viz s. 9)

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Celková zjištěná shoda týkající se podobnosti s jinými dostupnými texty je pouze 1 %, jedná se o řádné citace v Seznamu použitých zdrojů. Práce je v tomto bodu v pořádku.

Dílčí připomínky a náměty:

V práci autorka zmiňuje, že hotel je zaměřen na rodiny s dětmi, v rámci výsledků marketingového mixu se ale nezdá, že by na tento segment bylo nějak zvlášť cíleno.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

V rámci řešení problému BP byl proveden marketingový výzkum týkající se hotelu Sklář, s následným porovnáním, zda jsou zjištěné výsledky relevantní ve vztahu k celému hotelovému řetězci OREA hotels. Autorka využila možnosti nahlédnout do problematiky

marketingu hotelu „zevnitř“ a získávala relevantní informace již v průběhu plnění své praxe (povinný předmět v rámci oboru MCR). Použité metody jsou vhodně kombinovány, většina dat byla získána prostřednictvím dotazování (rozhovor s ředitelem hotelu), které je potom doplněné vlastním terénním pozorováním a hodnocením. Je vidět, že plán marketingového výzkumu byl předem dobře promyšlen, je zde logická provázanost výzkumné a teoretické části. Dílčím cílem bylo zjištěné výsledky aplikovat na ostatní hotely, které patří do hotelového řetězce OREA hotels. K tomuto ale postrádám zmínku postupu v metodice (i když z výsledků to vyplývá...). Jinak je práce obsahově vyvážená. Zjištěné výsledky jsou přehledně shrnuty v odpovědích na výzkumné otázky. BP má odpovídající strukturu, po jazykové i citační stránce je v pořádku. I přes uvedené drobné připomínky práci hodnotím jako zdařilou a kvalitní.

Otázky k obhajobě:

1. Zjišťovala autorka názor vedení hotelu na propagaci pomocí instagramu nebo influencerů?
2. Lze zjistit nebo odhadnout, kolik procent zákazníků tvoří právě výše zmíněné rodiny s dětmi? Jak důležitou roli hraje pro hotel (popř. pro celý řetězec) tento segment?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 20. května 2020

podpis