



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Pavla Semecká

Název práce: Marketing hotelových řetězců

Autor posudku: Mgr. Petr Hruša, Ph.D.

Cíl práce: Zjistit, jak jsou využívány marketingové nástroje ve vybraném hotelu řetězce OREA hotel Sklář v Harrachově a vypracovat jeho SWOT analýzu.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Text BP je v pořádku, protože anti-plagiátorská kontrola zjistila celkovou podobnost 1%.

Dílčí připomínky a náměty:

Autorka se v práci zaměřila celkem podrobně na marketing vybraného hotelu Sklář v Harrachově. Cíl práce je napsán již v kapitole Úvod a následně i v další kapitole. V Teoretické části celkem podrobně popisuje marketing a marketingový mix, který je vhodně doplněn použitou literaturou. Dále v Metodice uvádí popis organizace, charakteristiku řetězce OREA hotels a použité metody. V kapitole Výsledky autorka vychází především z dotazování s generálním ředitelem hotelu, na základě kterého byla provedena SWOT analýza.

Pro úplnost informací by bylo vhodné doplnit kapacitu konferenčních místností, která by určitě potencionální návštěvníky zajímala. Určitě by se do BP hodila i informace, že služby Wellness nejsou v ceně zahrnuté a návštěvník si je musí připlatit stejně jako kurt apod. Chybí mi to z důvodu, že autorka uvádí, že se připlácí za transport a nikde jinde tato

informace není. Našel jsem informaci, že se hotel specializuje na rodiny s dětmi, ale nikde v práci ani na webových stránkách jsem nenašel, zda hotel má nějaký dětský koutek, což by mě určitě jako rodiče zajímalo. Každopádně tyto informace nejsou relevantní vzhledem k vytýčenému cíli, který autorka splnila.

Navrhnuté řešení na výstavbu venkovního posezení je pouze v podobě informace o ceně laviček bez souvislejšího kontextu jednání s provozovatelem. Stejně tak návrh balíčku Halloween, kde postrádám nějakou zpětnou vazbu od provozovatele. Co se týče propagace přes Instagram, tak by asi mohla v navrhované podobě fungovat.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práce je svým obsahem zajímavá a odkrývá marketing hotelů z hotelového řetězce OREA. V práci chybí zpětná vazba od vedení hotelu k doporučením autorky, které vypracovala na základě vlastní zkušenosti.

Autorka v této BP prokázala samostatnost se v dané problematice orientovat. Snažila se v práci splnit všechny vytýčený cíl a výzkumné otázky. Práci doporučuji k obhajobě i přes uvedené připomínky.

Otázky k obhajobě:

- 1) Požádal Vás generální ředitel hotelu o výsledky práce?
- 2) Může potenciální návštěvník, který nemá FB, vidět někde videa, o kterých píšete?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradec Králové, dne 14. května 2020

podpis