



POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Pospíšilová Iva

Název práce: Marketingový mix Hotelu „Sáva“

Autor posudku: Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA, Ph.D.

Cíl práce: Analýza marketingového mixu hotelu Sáva a navržení změn k jeho zefektivnění a posílení konkurenceschopnosti hotelu.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	A	C	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	×	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>

Dílčí připomínky a náměty:

Teoretická část práce postihuje základní informace ke zkoumané problematice marketingového mixu. Teorie je pojata povrchně, postrádá rozpracování marketingového mixu odpovídající praktické aplikaci – tj. rozšíření o další prvky nad základní 4P. Další část teorie, která chybí zcela, jsou výzkumné metody týkající se vnějšího a vnitřního prostředí firmy, analýzy portfolia a rovněž marketingového výzkumu a způsobů jeho vyhodnocení.

Praktická část je převážně popisná, analytické části jsou méně rozsáhlé. Zpracování postrádá provedení vlastního marketingového výzkumu, jehož zjištění by mohla rozšířit okruh řešení problematiky a odhalit případně zdroje nespokojenosti zákazníků. Takto jsou závěry analýz i vlastní doporučení založeny pouze na subjektivních dojmech zpracovatelky a nelze je považovat za objektivní zdroj dat. Studentka nevyužila dostatečně možností získat co nejkomplexnější náhled na marketingový mix firmy.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce představuje východiska pro zpracování daného tématu pouze v omezené míře a není dostatečná pro následnou praktickou aplikaci. Opomíjí význam marketingového výzkumu, právě v oblasti zhodnocení kvality marketingového mixu. V praktické části je představen hotel Sáva. Celá analýza je založená na subjektivních pozorováních autorky. Na základě této analýzy byl zpracován vlastní výstup práce v podobě doporučení na úpravy marketingového mixu a realizaci jistých opatření zejména v oblasti nabídky služeb. Návrh na realizaci těchto opatření však postrádá reálný podklad o potenciální poptávce po takových službách. Závěry práce jsou odpovídající zpracovaným analýzám. Cíle práce byly studentkou naplněny.

Otázky k obhajobě:

1. jaký je předpokládaný ekonomický dopad navrhovaných opatření na poptávku po službách hotelu a na základě jakých informací byl tento předpoklad vytvořen?
2. Co by kromě doporučení k okamžitému řešení mělo být hotelem změněno trvale v oblasti jednotlivých prvků marketingového mixu?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: D - velmi dobře-dobře

V Hradci Králové, dne 29. dubna 2017

podpis