



POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Smrčková Anna

Název práce: Marketing hotelových řetězců. Hotel Golden Key

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

Cíl práce: Zaměřit se na marketing ve vybraném hotelu, a to především na marketingový mix, SWOT analýzu a event marketing.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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

Anti-plagiátorským systémem v případě posouzení uvedené práce vykázal 1% shodu. Se znalostí detailů o podobnostech v textu, lze konstatovat, že práce je v těchto detailech řádně opatřena citacemi a odpovídá proto běžným postupům publikační činnosti, citační etiky a není v rozporu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací.

Dílčí připomínky a náměty:

Teoretická část práce postrádá obecnější úvod do tématu a horší je i logická výstavba souvisejícího výkladu.

Zcela opomenuta je pak oblast marketingového výzkumu, jeho metod, vyhodnocování výsledků a další související činnosti, které tvoří podstatu nemalé části praktické aplikace. Ne zcela vhodné je i rozdělení dotazníků směřujících na hosty na dva, mohlo být řešeno v jednom.

Přípravě dotazování nebyl věnován dostatečný čas, což se projevilo i v nízkém počtu získaných odpovědí a zároveň až příliš jednoduché a zcela neprofesionální podobě dotazníků.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce je zpracována v adekvátním, akceptovatelném rozsahu. Je sice třeba podotknout, že spíše připomíná poskládané citace, jen minimálně propojené autorčinými myšlenkami, na druhé straně je i proložena větším množstvím praktických příkladů a výkladu přímo souvisejícího s cestovním ruchem a hotely vůbec.

Studentkou realizované dotazování nemělo dostatečnou odezvu a zkoumaný základní soubor tak byl malý a málo reprezentativní. Přesto se studentka ze získaných dat zpracovává poznatky, které mají posloužit jako odpovědi na předem stanovené hypotézy. V závěrech se pak studentka řádně vypořádává se zodpovězením těchto hypotéz. Jako úplný závěr pak studentka identifikovala soubor problémů a doporučení k jejich řešení. Právě tyto poznatky lze označit za skutečné naplnění účelu práce, protože mohou pomoci hotelu s vyřešením hlavních nedostatků. Cíl práce byl naplněn.

Otázky k obhajobě:

1. Které z Vámi identifikovaných problémů hotelu jsou podle Vás snadno a rychle řešitelné a které naopak mohou být dokonce až mimo možnosti vedení hotelu?
2. Jakých jiných marketingových nástrojů byste doporučila využívat hotelu pro dosažení trvalého zájmu hostů o hotel? Jaké jsou hlavní nedostatky hotelové prezentace?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 18. května 2019

podpis