|  |
| --- |
| **Vysoká škola obchodní a hotelová** |

**Hodnocení**

**vedoucího bakalářské práce**

|  |  |
| --- | --- |
| Vedoucí bakalářské práce (jméno, příjmení a tituly) | Bakalář (jméno, příjmení, případně i tituly) |
| PhDr. et. Mgr. Emanuel Orban, PhD.  | Nikola Karasová  |

|  |  |
| --- | --- |
| Název práce | Komunikačný mix vo vybranom ubytovacom zariadení  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Úroveň splnění tématu BP** | A | B | C | D | E | F |
| stupeň splnění cíle |  | x |  |  |  |  |
| logická stavba práce a návaznost částí | x |  |  |  |  |  |
| hloubka provedené analýzy |  | x |  |  |  |  |
| vhodnost použitých metod | x |  |  |  |  |  |
| úroveň použití metod |  | x |  |  |  |  |
| závěry práce | x |  |  |  |  |  |
| vlastní přínos studenta k tématu |  | x |  |  |  |  |
| význam pro teorii / praxi |  | x |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Splnění formálních náležitostí BP** | A | B | C | D | E | F |
| práce s literaturou, citace | x |  |  |  |  |  |
| úprava práce – text, grafy, tabulky, … |  |  | x |  |  |  |
| styl, jasnost formulací | x |  |  |  |  |  |
| gramatická úroveň, překlepy |  | x |  |  |  |  |
| samostatnost a aktivita studenta při zpracování | x |  |  |  |  |  |
| stanovení a plnění harmonogramu tvorby práce |  | x |  |  |  |  |
| spolupráce s vedoucím práce | x |  |  |  |  |  |

**Pro uvedení konkrétních připomínek a otázek k práci, resp. průběhu zpracování použijte druhou, případně i další strany hodnocení.**

**U obhajoby požaduji odpověď na následující otázky:**

**Na stranách 46-47 mapujete výsledky SWOT analýzy, v rámci nich, uvádzate jednu zo slabých stránok menší počet zamestnancov. Akými konkrétnymi prostriedkami by ste Vy osobne prispeli k eliminácii daného problému ?**

**Vymenujte najznámejšie partnerské cestovné kancelárie hotela Tanneck ?**

|  |  |
| --- | --- |
| Navržená známka: (POUŽÍVEJTE STUPNICI A, B, C, D, E, F) | **B- velmi dobře**  |

**Slovní hodnocení práce:**

Bakalárska práca je koncipovaná relatívne prehľadne a logicky na teoretickú a praktickú časť. V rámci teoretickej časti práce autorka nás oboznamuje s kľúčovými koncepciami marketingového mixu v základnej a rozšírenej podobe, ďalej špecifikuje poslanie marketingovej komunikácie, navyše zmieňuje sa o jej nástrojoch, s ktorými aj reálne pracuje v praktickej časti. Teoretická časť práce má zväčša kompilačný charakter, vychádza z citácií autorov orientujúcich sa v problematike marketingu a cestovného ruchu, napriek tomu vyzdvihujeme samostatné zhrnutia autorky za každou kapitolou.

Praktická časť práce obsahuje samostatnú metodologickú kapitolu, v ktorej autorka rozoberá využité metódy v práci ako napr. SWOT analýza, STEPE analýza a interview. Ich výber je opodstatnený, realizácia výsledkov je vcelku dobre zhodnotená. Pripomienku máme k návrhovej časti práce, ktorá pravdupovediac vyústila do stratena, chýba za ňou krátke zhrnutie. úskalím práce je formálna stránka. V texte uvádzate na stranách 37-38 subkapitoly 6. 3. 1 a 6. 3. 2 a v obsahu sa nevyskytujú, pričom iné subkapitoly uvádzate. V úvode text nie je zarovnaný do bloku, záver nie je štandardne zariadkovaný, pričom iné pasáže máte spracované podľa noriem. Celkove prácu hodnotím pozitívne, pre zainteresovaný prístup autorky v skúmanej téme a prepojenie na praktické aspekty v oblasti marketingového komunikačného mixu v hotelierstve.

Protokol originality 0 %, prácu nepovažujem za plagiát.

Bakalářskou práci **doporučuji**  k obhajobě a navrhuji hodnocení: **B**

**Vedoucí bakalářské práce: PhDr. et. Mgr. Emanuel Orban, PhD.**

Datum, místo a podpis vedoucího: 27. 04. 2018, Brno