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

**Hodnocení**

**vedoucího bakalářské práce**

|  |  |
| --- | --- |
| Vedoucí bakalářské práce (jméno, příjmení a tituly) | Bakalář (jméno, příjemní, případně i tituly) |
| Ing. Marek Záboj, Ph.D. | Elena Minkina |

|  |  |
| --- | --- |
| Název práce | Marketingový management vybraných kategorií ubytovacích zařízení v daném regionu |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 použijete druhou, případně i další strany hodnocení.**

|  |  |
| --- | --- |
| Navržená známka:  (POUŽÍVEJTE STUPNICI a, B, c, D, E, F) | **E** |

**Slovní hodnocení práce:**

V předkládané bakalářské práci se vyskytují formální nedostatky. Kapitoly první úrovně je třeba uvádět na novou stránku, v praktické části je třeba navázat na číslování kapitol z teoretické části, v práci se objevuje množství typografických chyb a chybné formulace, nevhodné formulace (jako např. u kap. 5: „široko daleko“).

Jde o velmi popisnou práci, ve které chybí rozbor uvedených citací a teoretická část plně nekoresponduje s praktickou.

Praktická část působí poněkud zmateně a nesouvisle. V některých případech neodpovídá nadpis kapitoly jejímu obsahu (např. 3 Marketingový výzkum). Dále např. Marketingový audit je omezen pouze na finanční analýzu, čímž se autorka odklání od zadaného tématu.

SWOT analýza není zpracována správně a nejsou popsány její jednotlivé prvky.

Návrhová část na dvě strany je nedostačující.

U obhajoby práce vysvětlete pojem marketingový audit a popište metody marketingového výzkumu, a to vše v oblasti hotelnictví.

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

**Vedoucí bakalářské práce: Ing. Marek Záboj, Ph.D.**

Datum, místo a podpis vedoucího: 19. srpna 2015, Brno