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

**Hodnocení**

**vedoucího bakalářské práce**

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

|  |  |
| --- | --- |
| Název práce | Marketing Communication of Hospitality Facility Focusing on Congress Tourism |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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:**

1) Na str. 37 je zmíněna segmentace trhu pro vybraný subjekt. V této souvislosti je třeba ji zpracovat podrobněji. V rámci obhajoby práce uveďte další segmentační hlediska, která by napomohla charakterizovat cílovou skupinu.

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

**Slovní hodnocení práce:**

Bakalářská práce studentky Nikoly Mikéciové s názvem “ Marketing Communication of Hospitality Facility Focusing on Congress Tourism“ splňuje požadavky kladené na práce tohoto typu. Zaměřuje se na jeden z prvků marketingového mixu – komunikaci, a sice v odvětví hotelnictví se zaměřením na kongresový cestovní ruch.

V teoretické části je provedena literární rešerše z dostupné odborné literatury. Jistým nedostatkem je chybějící podrobnější rozbor jednotlivých citací.

Analytická část je zaměřena na charakteristiku a zhodnocení současné situace v konkrétním hotelovém zařízení, které poskytuje mimo jiné i kongresové služby. Pozornost je věnována zejména marketingové komunikaci a jejím jednotlivým nástrojům. Zmíněny jsou některé další prvky marketingového mixu, jako je např. produkt, balíčky a spolupráce.

Návrhová část obsahuje konkrétní návrhy a doporučení na zlepšení, včetně návrhu základního rozpočtu výdajových položek. Postrádám však podrobnější rozbor přínosů navrhovaných opatření pro danou firmu, což by mohla být inspirace pro další pokračování v rámci diplomové práce.

Jistým nedostatkem je neprovázanost návrhů s provedenou segmentací a určením cílové skupiny.

Bakalářské práce odevzdaná v listinné podobě je stejná jako verze BP vložená do informačního systému Theses.

Předkládaná bakalářská práce není plagiátem.

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

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

Datum, místo a podpis vedoucího: 28. 4. 2016, Brno