

## HODNOCENÍ OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

OPONENT BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (JMÉNO, PŘÍJMENÍ A TITULY / PRACOVNÍ MÍSTO, JE-LI MIMO VŠOH)	BAKALÁŘ (JMÉNO, PŘÍJMENÍ, PŘÍPADNĚ I TITULY)
Ing. Zdeněk Konečný, Ph.D.	Jiří Měcháček

NÁZEV PRÁCE **Analýza marketingového mixu vybraného hotelu**

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 a překlepy		x				

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

V teoretické části autor nejprve uvádí členění hotelů z hlediska velikosti a komfortu. Pak se blíže zabývá specifiky kongresové turistiky. Následně rozebírá jednotlivé prvky marketingového mixu a všechny důležité faktory, které je třeba vzít v úvahu v rámci analýzy okolí, přičemž se snaží obecné poznatky aplikovat do podnikání v oboru hotelnictví. Praktickou část pak autor otevírá představením hotelu včetně historie a výčtem služeb, které stávajícím či potenciálním zákazníkům poskytuje. Následuje podrobná analýza makroekonomického i mikroekonomického prostředí hotelu. Ze zjištěných skutečností pak autor odvozuje silné a slabé stránky hotelu i případné příležitosti a hrozby. Další část analytické části je zaměřena na zjišťování údajů o využití kapacity hotelu v jednotlivých měsících s rozlišením, zda se jedná o soukromý, či obchodní pobyt a zda ubytovací služby využívají čeští, nebo zahraniční turisté. V návrhové části autor doporučuje čtyři způsoby, jak přilákat více nových zákazníků. Součástí všech předkládaných návrhů jsou přitom i očekávané náklady a výnosy, spojené s jejich realizací.

Oceňuji snahu autora přizpůsobit celou řadu obecných poznatků specifikám podnikání v hotelnictví a to již v teoretické části. Předností praktické části je určitě podrobná analýza okolí i obchodních výsledků samotného hotelu. Svými návrhy pak autor reaguje na výsledky SWOT analýzy, pouze se domnívám, že by je měl přiřadit k dílčím prvkům marketingového mixu, kterých se týkají.

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

1. Za jak dlouho se podle Vás stihne v průměru zrekonstruovat jeden pokoj a nebylo by vhodné pro tyto navrhované aktivity využít právě ty měsíce, ve kterých je návštěvnost hotelu podprůměrná?
2. Je skupina klientů z organizovaných zájezdů pro Vámi zkoumaný hotel nejvýznamnější i z hlediska generování tržeb a lze z předkládaných návrhů odvodit, že mu doporučujete se přeorientovat z kongresové spíše na odpočinkovou turistiku?

NAVRŽENÁ ZNÁMKA:

(POUŽÍVEJTE STUPNICI A, B, C, D, E, F)

**B**

**Slovní hodnocení práce: VELMI DOBŘE**

Bakalářskou práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení: **VELMI DOBŘE**

**Oponent bakalářské práce: Ing. Zdeněk Konečný, Ph.D.**

Datum, místo a podpis oponenta: 17. května 2020, Brno

