

**POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Marketingový mix hotelu Kings Court

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Kolbabová Michaela

**Oponent práce:** Ing. Břetislav Stromko, MBA

|   |   |          |
|---|---|----------|
| <b>Práce splňuje zadání</b>                     | Ano                                     | <b>X</b> |
|   | Ne                                      |          |
| <b>Aktuálnost tématu</b>                        | Velmi aktuální                          |          |
|   | Aktuální                                |          |
|   | Nadčasové-neutrální                     | <b>X</b> |
|   | Neaktuální                              |          |
| <b>Náročnost tématu</b>                         | Náročné teoreticky i metodologicky      | <b>X</b> |
|   | Teoreticky náročné                      |          |
|   | Metodologicky náročné                   |          |
|   | Relativně jednoduché                    |          |
| <b>Struktura práce</b>                          | Úplná, logická                          | <b>X</b> |
|   | Úplná, logicky špatně koncipovaná       |          |
|   | Neúplná, logická                        |          |
|   | Neúplná, logicky špatně koncipovaná     |          |
| <b>Literatura a práce s ní</b>                  | Originální prameny                      |          |
|   | Aktuální prameny                        | <b>X</b> |
|   | Zastaralé prameny                       |          |
|   | Aktivně využité, organicky zapracované  | <b>X</b> |
|   | Využité pasivně, věcně správně citované |          |
|   | Nedostatečně využité                    |          |
| <b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b> | Optimální množství                      |          |
|   | Postačující množství                    |          |
|   | Příliš četné na úkor textu              |          |
|   | Nedostatečné                            | <b>X</b> |
|   | Organicky spojené s textem              |          |
|   | Vhodné doplnění textu                   |          |
|   | Formální bez užších vazeb na text       |          |

|                             |  |          |
|-----------------------------|--|----------|
| <b>Vlastní přínos práce</b> | Formulace původních závěrů               | <b>X</b> |
|                             | Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů |          |
|                             | Chybí formulace vlastních závěrů         |          |

**Další hodnocení:**

Tématem práce je marketingový mix hotelu Kings Court. Cílem je marketingový mix vyhodnotit a na základě zjištění navrhnout doporučení ke zlepšení. V teoretické části se autorka postupně věnuje jednotlivým prvkům marketingového mixu, což správně odpovídá tématu práce. Pozornost je rovněž věnována specifikům marketingu v cestovním ruchu. Bylo by vhodné, kdyby tato kapitola byla detailnější a věnovala se více i aktuálním trendům tak, aby poznatky mohly být lépe využity pro výzkum i praktickou část. Odkazování na zdroje je na dobré úrovni, pouze v některých pasážích bych ocenil větší pestrost zdrojů. Metodika je popsána v samostatné kapitole. Ke sběru dat byl proveden rozhovor s manažerem restaurace, dále je použita komparace a také mystery calling. Přepis rozhovoru je správně možné dohledat v přílohách práce, bylo by vhodné přiložit také kompletní přepisy z mystery callingu. Případně pak přímo v textu odpovědi zpracovat např. v tabulkách, nebo nějak jinak výsledky vizualizovat pro lepší přehlednost prezentovaných zjištění. Praktická část začíná představením hotelu Kings Court a dalších devíti hotelů. Tato sekce je poměrně podrobná. Obecně i v praktické části platí, že by mělo být správně odkazováno na zdroje. V této kapitole jsou části textu, u kterých není jasné, odkud bylo čerpáno. Následuje vyhodnocení mystery callingu a tvorba doporučení. U doporučení je třeba zmínit několik aspektů ke zlepšení – měla by více navazovat na výsledky výzkumu, být více konkrétní a rozpracována do detailu, být naplánována v čase a provést rovněž jejich finanční vyčíslení (alespoň některých). Navíc cílem práce bylo poskytnout doporučení pro marketingový mix, ale pozornost je věnována především propagaci a komunikaci, ostatním složkám marketingového mixu nebyl věnován tak velký prostor. Souhrn by měl lépe prezentovat výsledky práce, v patřičné sekci v podstatě výsledky nejsou rozebrány. Bylo by vhodné zvýšit kvalitu souhrnu v angličtině. Práce obsahuje i další formální nedostatky. Práci doporučuji k obhajobě. Je zpracována systematicky a jednotlivé části jsou logicky provázány.

**Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

Jaký vliv a dopady mají internet a sociální sítě na marketingový mix hotelů? Prosím, postupně proberte všechna P marketingového mixu.

**Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

V doporučeních je zmíněno, že by měl hotel Kings Court navýšit počty sledujících na Facebooku a Instagramu. Z jakých dat bylo pro toto doporučení vycházeno a co konkrétního (krom vyššího počtu sledovatelů) by to hotelu přineslo? Jaké mohou být dopady na obchodní výsledky hotelu?

**Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

Jaký vliv na marketingový mix hotelu Kings Court měla a má situace spojená s COVID19 a s tím související opatření? Jak může správný marketing v této situaci pomoci?

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

|                           |                         |          |
|---------------------------|-------------------------|----------|
| <b>Výsledné hodnocení</b> | doporučuji k obhajobě   | <b>X</b> |
|                           | nedoporučuji k obhajobě |          |

**Datum: 26.07.2020**

---

**Podpis oponenta práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz