

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Návrh marketingové strategie turistického produktu – Chata Sport Buřany

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Suchá Simona

Oponent práce: Doc. Ing. Jan Koudelka, CSc.

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

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Diplomová práce má konkrétní cíl patrný již z vlastního názvu, směřující k uplatnění marketingu v malé firmě. Struktura práce je logická, respektuje doporučené uspořádání. Pokud jde o teoreticko-metodologickou část, pasáž o marketingové strategii je poměrně střídáma a poněkud neuspořádaná. Pozornost je věnována i marketingovému plánu. V obecných partiích je SWOT analýza zařazena před PEST analýzu a analýzu mikroprostředí, bohužel to platí i pro praktickou část. Jsou vymezeny hypotézy, zejména první dvě jsou ale spíše rázu řečnických otázek. Aby plnily roli hypotéz, měly v nich být uvedeny úrovně, které poslouží k jejich potvrzení resp. prověření jejich pravděpodobné platnosti. Struktura praktické části postupuje standardně od představení daného subjektu a jeho nabídky. Nicméně před marketingovým mixem chybí citelně alespoň pokus o seznámení se zákazníky (vývoj, struktura). Pro řešení cíle práce je metodicky zapojena analýza obsahu web stránek. Zásadní význam má kvantitativní dotazování. Již v metodice práce měly být uvedeny parametry provedeného výzkumu (dosažený vzorek a jeho struktura, návratnost postižená alespoň procentem dokončených dotazníků). Dotazník je opticky obsáhlý (43 otázek) a poměrně důkladný, problémem je relevance vzorku z hlediska potenciálních zákazníků chaty. Ta měla být v dotazníku alespoň představena. Poměrně významně chybí výzkum mezi zákazníky dané chaty. Seznámení s výsledky dotazníku je popisné, určité hodnocení se objevuje až v Závěrech. V obecné části (na začátku 2.3.2) nechybí zdůrazněním strategie členého marketingu, ve vlastní praktické části, ale důkladnější analytický pohled na možnosti segmentace, zdůvodnění volby cílového segmentů chybí. Z výsledků jsou odvozeny některé návrhy, směřující zejména směrem k možnostmi cenové orientace a především k webové prezentaci. Zpracování těchto návrhů vyznívá pečlivě. V závěru práce je uvedena navržená strategická orientace. Cílové segmenty jsou ovšem vymezeny víceméně úvahově nikoliv na základě dat. K tomu bylo nezbytné v dané vzorku uplatnit alespoň základní kontingenční analýzy.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak bylo prověřeno, že přístup k zákazníkům (viz SWOT s.39) je opravdu vstřícný? Třeba doložit alespoň recenzemi.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Bylo by vhodné doplnit pohledem na vývoj zákazníků chaty.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jak by vyzněly návrhy v porovnání s webovými stránkami konkurence?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

V pasáži 3.7.5 se navrhuje teambuildingový balíček pro firmy. Firmy ale nejsou vůbec v pasáži o cílové skupině uvedeny. Proč?

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 27.09.2022

Podpis oponenta práce