

## HODNOCENÍ VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

|   |  |
|---|--|
| VEDOUcí BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (JMÉNO, PŘÍJMENÍ A TITULY) | BAKALÁŘ (JMÉNO, PŘÍJMENÍ, PŘÍPADNĚ I TITULY) |
| Mgr. Tomáš Jeřábek, MBA                             | Jana Sedláčková                              |

|  |
|--|
| NÁZEV PRÁCE    Reklama v hotelnictví a v cestovním ruchu |
|--|

| 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 požadují odpověď na následující otázky:**

Které sociální sítě, kromě jmenovaných, byste mohla využít za účelem efektivní propagace?

NAVRŽENÁ ZNÁMKA:  
(POUŽÍVEJTE STUPNICE A, B, C, D, E, F)

**B**

**Slovní hodnocení práce:**

Bakalářská práce Jany Sedláčkové se zabývá reklamou jako propagačním nástrojem v oblasti hotelnictví a cestovního ruchu. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V rámci první části je představen teoretický aparát použitý v práci, následně praktická část je věnována nejprve analýze stávající reklamní strategie podniku Vinné sklepy U Jeňoura, jež je součástí hotelu Beatrice. Dále je proveden návrh nové reklamní strategie.

K práci mám následující připomínky:

- provedený kvalitativní výzkum by si zasloužil detailnější analýzu.
- Určitě by bylo vhodnější zahrnout detailnější odvětvovou analýzu

Výše uvedené nedostatky se projevují v ne příliš detailním uchopení navrhovaných strategií. Ovšem i tak shledávám práci jako poměrně kvalitní a navrhuji hodnotit práci jako velmi dobrou.

Práci neshledávám plagiátem.

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

**Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Tomáš Jeřábek, MBA**

Datum, místo a podpis vedoucího:

V Brně, 28.4.2017.

T. Jeřábek