|  |
| --- |
| **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. | Anna Lisina |

|  |  |
| --- | --- |
| Název práce | Využití komunikačního mixu u subjektů cestovního 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 požaduji odpověď na následující otázky:**

1) Blíže specifikujte, na co by byly využity částky uvedené v tabulce 3 na str. 57 a jakým způsobem byly stanoveny.

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

**Slovní hodnocení práce:**

Bakalářská práce studentky Anny Lisiny s názvem “Využití komunikačního mixu u subjektů cestovního ruchu“ splňuje požadavky kladené na práce tohoto typu. Zaměřuje se na jeden z prvků marketingového mixu – komunikaci, a sice v odvětví gastronomie se zaměřením na restaurační zařízení.

V úvodu je chybně definován cíl práce. Nemůže se jednat pouze o zkoumání, ale hlavním cílem musí být nějaký návrh, optimalizace či zefektivnění stávající situace.

V teoretické části je provedena literární rešerše z dostupné odborné literatury. Jistým nedostatkem je chybějící podrobnější rozbor jednotlivých citací. Na str. 11 autorka uvádí vlastní zpracování obrázku, který není označen číslem ani názvem, přičemž byl převzat z nějakého zdroje a pouze byl přepsán do textu. V první kapitole je zmiňován marketingový mix, který je součástí marketingu, kterému se věnuje autorka ve druhé kapitole. Je třeba postupovat od obecnějších k dílčím tématům.

Analytická část je zaměřena na charakteristiku a zhodnocení současné situace v konkrétním restauračním zařízení. Pozornost je věnována zejména marketingové komunikaci a jejím jednotlivým nástrojům. Byl proveden marketingový průzkum prostřednictvím dotazníku. Zde je po formální stránce chybné vynechání prázdného místa na několika stránkách. Dále u SWOT analýzy postrádám podrobnější argumentaci jednotlivých prvků.

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 chybějící podrobnější popis vynaložených finančních prostředků na jednotlivé položky v tabulce 3.

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: **C**

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

Datum, místo a podpis vedoucího: 31. 8. 2016, Brno