

## 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 požadují 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 STUPNICE 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