

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Hana Valíčková

Téma BP: Analýza marketingového mixu hotelu XY

Akademický rok: 2010/2011

Oponent BP*: Ing. Hana Brišová

*

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	F _x 4	F 5	
Náročnost tématu BP		X						
Splnění cílů BP	X							
Teoretická část BP	X							
Analytická část BP	X							
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						
Formální úroveň BP	X							

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.
Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (F_x nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2 vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

Tabulka B – Celkové hodnocení BP

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	F _x	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Studentka ve své BP zpracovala zajímavé téma týkající se cestovního ruchu. V úvodu práce jasně definovala cíle své práce, kterými je analýza současných nástrojů marketingového mixu a navrzení jejich úpravy pro upevnění pozice na trhu a zvýšení poptávky mimo hlavní sezónu.

Teoretická část práce přináší logicky seřazena východiska k problematice cestovního ruchu v české republice a analýzy trhu.

V analytické části práce autorka nejdříve představuje hotel XY a poté za pomoci SWOT analýzy analyzuje jeho tržní prostředí včetně představení hlavních konkurentů v oblasti lázeňské péče. Dále je provedena analýza struktury a návštěvnosti hostů, která je za pomoci dotazníkového šetření doplněna průzkumem spokojenosti klientů se službami hotelu XY. Pro závěrečnou část práce je důležitá analýza marketingového mixu služeb výše zmiňovaného hotelu. Těžiště práce spočívá v kapitole 9 Návrhy na úpravu nástrojů marketingového mixu. Předložené návrhy jsou podnětné a předpokládám, že i využitelné.

Otázky:

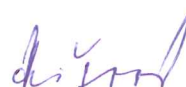
1. Z jakých zdrojů a podkladů kromě dotazníkového šetření jste čerpala pro analýzu marketingového mixu služeb?
2. Podle kterých priorit a benefitů jsou tvořeny balíky služeb?

Návrh na výslednou známku BP: A/výborně

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

Ve Zlíně

dne 10.5..2011



.....
podpis hodnotícího