

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

Jméno studenta: Hana Valíčková

Téma BP: Analýza marketingového mixu hotelu XY

Akademický rok: 2010/2011

Vedoucí BP*: Ing. Miloslava Kubičková, Ph.D.

Oponent BP*:
* Nehodící se škrtněte.

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP		X						1,5
Splnění cílů BP		X						1,5
Teoretická část BP	X							1,0
Praktická část BP		X						1,5
Stylistická a gramatická úroveň BP		X						1,5
Formální úroveň BP	X							1,0
Součet								8,0

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 (Fx 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	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Bakalářská práce se zabývá analýzou marketingového mixu hotelu XY v Luhačovicích.

V teoretické části se pojednává o cestovním ruchu, marketingu služeb a následuje kapitola o marketingu v cestovním ruchu. Součástí práce je i popis jednotlivých částí marketingového mixu a tržního prostředí.

Praktická část logicky navazuje na teoretickou část konkrétní situací tržního prostředí. V práci je analyzován i průzkum spokojenosti hostů s pobytem v hotelu. Stěžejní částí práce je rozbor jednotlivých částí marketingového mixu. Zajímavým produktem v této sféře podnikání je nabídka a programování balíčků služeb. Z tohoto důvodu se v práci objevuje i srovnání s konkurencí, zejména v oblasti ceny. Poslední kapitolu tvoří jednotlivé návrhy na úpravu nástrojů marketingového mixu, kde se projevuje znalost dané problematiky.

Práci snižují drobné gramatické a stylistické chyby.

Cíl bakalářské práce byl splněn.

Otázky:

- 1) Co je největší konkurenční výhodou oproti ostatním hotelům v okolí?
- 2) Na s.40 se zmiňujete o Event marketingu. Jaké akce hotel uskutečnil?
- 3) V případě aktivní účasti, který veletrh by byl pro hotel nejvhodnější a o jaké finanční náklady by se jednalo?
- 4) Jakým jiným způsobem by se dala zvýšit spokojenost zaměstnanců?

Návrh na výslednou známku BP: B – velmi dobře

(Uveďte stupeň ECTS + slovní vyjádření)

V Zlíně dne 6. května 2011

Kubičková

.....
podpis hodnotícího