



## Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Lukšíková Magdaléna

Oponent BP:

Ing. Růžena Vorlová

Ak. rok:

2014/2015

Téma BP:

Marketingový plán pro hotel Palace na rok 2016

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	2
3	Teoretická část práce	3
4	Praktická část práce (analytická část)	2
5	Praktická část práce (řešící část)	2
6	Formální úroveň práce	5
<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>		<b>22</b>

### Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	<b>nesplněno</b> (odpovídá stupni „F“ podle ECTC)
1 – 2 body	<b>splněno pouze na úrovni základních požadavků</b> (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	<b>splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky</b> (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	<b>splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky</b> (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	<b>splněno zcela bez výhrad</b> (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	<b>splněno nadstandardně</b> (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

### **Připomínky k práci:**

Teoretická část je poměrně nesourodou kompilací teoretických poznatků, které svým obsahem ne zcela odpovídá části praktické – např. u analýzy konkurence neposkytuje teoretické zázemí vůbec a u marketingového mixu (který je stěžejní pro téma práce) je v teoretické části uvedeno 7 jeho částí, v praktické pak jen 4, což neodpovídá marketingu služeb. Toto pochybení považuji za významné. Také řazení kapitol se mi v této části práce nejeví jako logické a navazující. Literatura je sice jen v základním požadovaném, ale vhodném a dostačujícím rozsahu. Citační norma je respektována. Obě části práce jsou zbytečně podrobně členěny, velká část kapitol je tak v rozsahu jednoho odstavce či dokonce jedné věty. (viz. např. kap. 5 str. 24)

Praktická část práce je pouze popisná, a to i v oblastech analýz, takže se ve skutečnosti o analýzy nejedná. Cíle marketingového plánu jsou stanoveny nedostatečně – jsou nekonkrétní a tudíž neměřitelné. I v této části studentka ne zcela logicky řadí kapitoly – např. popis stávajícího marketingového mixu a analýza klientely podle typu pobytů (kap. 9.5 a 9.6) jsou zařazeny až za SWOT analýzu. Navrhovaná doporučení dle mého názoru nevyplývají z předchozího textu a jeví se jako vzájemně nepropojené nápady autorky.

Práce obsahuje velké množství stylistických a gramatických chyb. Zaráží zejména uvádění SWOT analýzy místy s malými a místy s velkými písmeny.

Práci hodnotím jako velmi slabou s minimálním praktickým přínosem autorky. S velkými výhradami nicméně splňuje základní požadavky, kladené na zpracování bakalářské práce.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Kolik tzv. „P“ by měl mít Vámi navrhovaný marketingový mix pro hotel Palace? Proč?

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP není plagiát.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

X

Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).

Ve Zlíně dne: 10.5.2015



-----  
podpis hodnotitele BP