

Hodnocení vedoucího bakalářské práce

| | | | |
|----------------------------------|--|------------------|---------|
| Jméno a příjmení studenta | Marie ŠVÁBOVÁ | | |
| Vedoucí práce | Ing. Martina Juříková, Ph.D. | | |
| Obor/ateliér | Marketingové komunikace | | |
| Forma studia | kombinovaná | Akad. rok | 2008/09 |
| Název práce | Propagační aktivity Lázně Velichovky a. s. | | |

Tabulka A – hodnotí náročnost tématu, nikoli zpracování

| Hodnocení náročnosti tématu: | Úroveň | | |
|---|-------------|----------|-------------|
| | nadprůměrná | průměrná | podprůměrná |
| Teoretické znalosti | | X | |
| Praktické zkušenosti | | X | |
| Sběr a zpracování podkladů a vstupních dat | X | | |
| Specifické nároky tématu (originalita, rozsah, statistické zpracování dat, interpretace závěrů apod.) | | X | |

Tabulka B – hodnotí úroveň zpracování tématu

| Kritéria hodnocení práce: | Úroveň | | | |
|--|-------------|----------|-------------|----------------|
| | nadprůměrná | průměrná | podprůměrná | nelze hodnotit |
| Splnění cíle práce | | X | | |
| Samostatnost při zpracování | X | | | |
| Metodologická kvalita postupu | | | X | |
| Úroveň teoretické části | | X | | |
| Práce s literaturou (citace) | X | | | |
| Úroveň analytické části | | X | | |
| Adekvátnost použitých metod | | X | | |
| Úroveň návrhu řešení (realizace) | | | X | |
| Jazyková úroveň práce | | X | | |
| Formální úroveň (text, grafy, tabulky) | X | | | |
| Přehled literatury (rozsah, kvalita) | | X | | |
| Jiné kritérium (novost, přínos praxi) | | X | | |

Hodnocení v jednotlivých kritériích označte znakem **X** v příslušné úrovni.
(Obrat'te, prosím, list a pokračujte v hodnocení na druhé straně formuláře.)

Připomínky a otázky k obhajobě:

Marie Švábová se tématu komunikace lázeňských zařízení věnuje profesně i v rámci předchozích ročníkových prací. Daný fakt s sebou nese řadu výhod (např. dostupnost výsledků primárních šetření, pokud existují), ale i nevýhod, a to zejména v oblasti metodiky. Ta se projevila i u psaní předkládané bakalářské práce, jejíž obsah autorka konzultovala až ve finální fázi, a proto se nevyhla některým metodickým nedostatkům. Nicméně má doporučení se snažila zakomponovat zejména v teoretické části, kde přináší přehled nástrojů marketingových komunikací v cestovním ruchu (resp. lázeňství) a vybrané metody měření jejich efektivity v podobě dostupných případových studií, které ovšem ne vždy korespondují s jejich aplikací v praktické části bakalářské práce.

Naopak je třeba ocenit snahu o maximální využití dostupných informací a znalostí získaných studiem na FMK (jak autorka sama uvádí) k analýze dílčích nástrojů komunikačního mixu lázní Velichovky. Autorka sice nestanovuje taxativně její kritéria, ale z textu vyplývá, že je posuzuje vzhledem k cílovým skupinám a jejich postojům, načasování, grafické úrovni atd.. Oblast návrhů a doporučení zůstává v obecné rovině, výsledně zpracována do SWOT analýzy.

Po formální stránce je nutno ocenit práci s citacemi v textu.

K obhajobě:

Na základě analýzy komunikace formulujte strategická a taktická doporučení u jejich jednotlivých nástrojů včetně metod analýzy jejich efektivity.

Návrh na klasifikaci bakalářské práce: **C – dobře**

Ve Zlíně dne 20. srpna 2009

.....
podpis vedoucího BP

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

| | | | | | |
|-------------|-----------------|-----------|----------------|----------------|------------------|
| A - výborně | B - velmi dobře | C - dobře | D - uspokojivě | E - dostatečně | F - nedostatečně |
|-------------|-----------------|-----------|----------------|----------------|------------------|