

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Jana Hradecká
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingových aktivit hradu Loket
Hodnotitel – oponent: doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D.
Podnik – firma: FEK, ZČU v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (řešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☒	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☐	☒	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☐	☒	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐
☒	☐	☐	☐	☐

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat stávající marketingový mix hradu Loket a následně navrhnout opatření ke zlepšení současné situace. K naplnění cíle práce autorka vycházela ze studia odborné literatury vztahující se k řešené problematice a vypracování situační analýzy prostředí hradu Loket, včetně analýzy jeho marketingového mixu. V rámci situační analýzy bylo realizováno také dotazníkové šetření. Ačkoliv je v práci použita metodika jejího zpracování popsána, není uceleně uvedena např. v úvodu práce. Přesto lze zvolenou metodiku hodnotit jako vhodnou pro potřeby naplnění cílů práce a vytvoření souboru doporučení obsažených v deváté kapitole. Bakalářská práce splňuje veškeré požadavky kladené na její zpracování.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

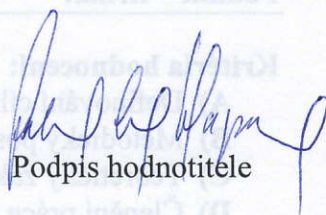
V oblasti marketingové komunikace postrádám prvky, např. product placement, event marketing (event marketingové aktivity popisujete v praktické části, ale v teoretické části event marketing není

zmiňován) a veškeré nové formy marketingové komunikace. Které z uvedených prvků se v současnosti na hradu Loket využívají, a které z nových forem komunikace doporučujete využít?

Na s. 30 mezi ekonomickými faktory uvádíte nezaměstnanost v K.V. kraji, průměrnou hrubou měsíční mzdou v K.V. kraji, počty hostů v ubytovacích zařízeních v K.V. kraji. Které další faktory, které nemáte v práci uvedené, by bylo vhodné sledovat?

Mezi technické a technologické faktory patří také informační technologie. Jak se informační technologie na hradu Loket využívají? Jaké doporučujete využít?

V Plzni, dne 11.5.2015


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).