

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Nella Fikerlová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza on-line marketingu vybraného hotelu

Hodnotitel – oponent: Ing. Michal Mičík, Ph.D.
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

V předložené práci se studentka zabývá analýzou online marketingu v hotelu Parkhotel Plzeň. V úvodu kromě cílů autorka krátce nastiňuje také metodiku práce. Rešerše literatury v prvních dvou kapitolách je provedena relativně správně, autorka ale mohla vycházet z novějších zdrojů (velké množství je jich starších 10 let). Kapitola 3 však působí jako výpisky z jedné publikace.

Co se týká formální stránky, práce obsahuje velké množství překlepů, gramatických chyb a neobratných formulací. V seznamu odrážek, pokud věta začíná velkým písmenem, musí také končit tečkou. Nepůsobí dobře, když je vloženo několik obrázků za sebou bez jakéhokoli textu, který by je doprovázel. Kapitoly 6.2 - 6.7 jsou položeny na stejné úrovni, jako kapitoly 6.1 - sociální média. Logicky ale patří právě pod tuto kapitolu, tedy o úroveň níž. Kapitola 7 je značně nevyvážená, měla spíše být podkapitolou kapitoly 8. V kapitole 8 probíhá analýza komunikačních nástrojů. Proč jsou webové stránky samostatnou kapitolou 9? Vždyť webové stránky jsou také formou komunikace a logicky tak patří dohromady s předešlou kapitolou. Kapitola 10, která by taktéž měla být zahrnuta dohromady s předešlými kapitolami do analýzy komunikace, představuje analýzu dat ze sociálních sítí (podle vzoru píseň) za období dvou let. Následně je Parkhotel porovnáván se třemi konkurenty. Kapitola 11 je nejzajímavější kapitolou práce. Poskytuje pěkné srovnání čtyř hotelů a jejich aktivit v online prostředí. Většina doporučení je povrchního charakteru typu "doporučuji



udělat toto a toto, ale už neříkám, jak by se to mělo udělat". Jediné uchopitelné se mi jeví doporučení ohledně sociálních sítí, konkrétně profilů na TW a YT, zde by ale bylo potřebné toto doporučení rozpracovat. Taktéž doporučení pro FB je velmi dobře uchopitelné - ještě by ale chtělo dodat, jaké typy příspěvků by měl hotel sdílet.

Celkově má práce dobrou teoretickou i praktickou část. Na základě výše uvedeného ji hodnotím jako "velmi dobrou" až "dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Na základě čeho byly vybrány ukazatele pro analýzu konkurence v kapitole 11? To, že se jedná o důležitý obsah nestačí. Opřete Vaše tvrzení o relevantní zdroj.

Jak náročné je pro hotel točit videa v odpovídající kvalitě a starat se o YT kanál? Jaké aktivity a náklady se s tímto pojí?

Jaké příspěvky doporučuje sdílet na FB v odhaleném "prime time"?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele