

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Tereza Cepníková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace cestovních kanceláří

Hodnotitel – oponent: Ing. Hana Kunešová, Ph.D.
Podnik – firma: FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

V úvodu je stanovený cíl práce "zhodnotit marketingovou komunikaci cestovní kanceláře Pro Travel a na základě analýz podniku navrhnout inovační plány s rozpracovanými přibližnými rozpočty, které by cestovní kanceláři pomohly ke zlepšení a modernizaci marketingové komunikace". Tato formulace cíle je zbytečně složitá, vhodnější je kratší formulace uvedená v závěru: "zhodnotit marketingovou komunikaci cestovní kanceláře Pro Travel a na základě analýzy navrhnout inovační opatření, která by komunikaci společnosti vylepšila". Cíl práce byl v plné míře splněn.

Teoretická část práce je zpracovaná podrobně, text odkazuje na odbornou literaturu v českém jazyce a jeden titul v angličtině.

Praktická část práce zahrnuje vysvětlení použitých metod (osobní rozhovor a benchmarking s využitím vícekritériálního rozhodování pomocí bodovací metody). Obě použité metody jsou vhodné. Výpočty jsou provedeny správně včetně výpočtu vah kritérií. Praktická část práce je přiměřeně podrobná, přehledná, dílčí závěry jsou jasně formulované. Autorka zároveň uvádí, které nástroje marketingové komunikace CK nevyužívá, a také zmiňuje dopad nařízení GDPR na direct marketing.

V textu je několik nepřesností: na s. 52 je formulace "zaměstnanec s pracovním poměrem na základě dohody o provedení práce a časovou dotací 1-2 hodiny denně" (DPP je dle zákoníku práce dohoda mimo pracovní poměr a nestanoví se v ní denní časová dotace), na s. 54 "měsíční mzda" u DPP, na

s. 53 je nevhodně použitý termín "investiční náklad", na s. 55 se do "investičních nákladů" počítají náklady na IT technika.

Závěr práce pouze popisuje obsah práce a uvádí, co bylo provedeno, shrnutí nejdůležitějších poznatků v závěru chybí. Dílčí závěry jsou však uvedené v kapitolách v praktické části práce a vyplývají z provedené analýzy.

Jazykové zpracování a formální úprava jsou na vysoké úrovni.

Oceňuji, že autorka pro svůj výzkum zvolila vhodnou kvantitativní metodu a správně ji použila.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Při obhajobě práce v rámci prezentace uveďte informace, které chybí v závěru na konci práce: K čemu jste ve svém výzkumu dospěla? Co považuje za nejvýznamnější? Jaké jsou případné limity provedeného výzkumu?

V Plzni, dne 24. 5. 2019

Podpis hodnotitele