

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno studenta	Eva ŠTĚPÁNKOVÁ
Téma práce	MARKETINGOVÝ MIX A JEHO VYUŽITÍ V LÁZEŇSKÉM CESTOVNÍM RUCHU
Cíl práce	Cílem bakalářské práce je postížení marketingového mixu v oblasti lázeňství, jeho charakteristiku i specifika a představit jej zároveň v konkrétní destinaci lázeňského cestovního ruchu.
Vedoucí bakalářské práce	RNDr. Šárka Brychtová, Ph.D.

náročnost tématu na	úroveň		
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná
teoretické znalosti	x		
praktické zkušenosti		x	
podkladové materiály (vstupní data) a jejich zpracování	x		

kritéria hodnocení práce	úroveň			
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná	nelze hodnotit
stupeň splnění cíle práce	x			
samostatnost při zpracování tématu	x			
logická stavba práce		x		
práce s českou literaturou včetně citací	x			
práce se zahraniční literaturou včetně citací		x		
adekvátnost použitých metod		x		
hloubka provedené analýzy	x			
stupeň realizovatelnosti řešení		x		
formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	x			
stylistická úroveň	x			
nároky BP na podkladové materiály, konzultace, průzkumy ...	vysoké x	průměrné	nižší	nejsou
použití analýz, matem. statistických a jiných metod, komparací apod.	ve velké míře	přiměřené x	částečné	absentuje
využitelnost námětů, návrhů a doporučení k řešení problému	ve větší míře x	částečná	nižší	nevyužitelnost
obsah a relevantnost příloh v textu či příl. části BP (tabulky, grafy, propočty apod.)	vysoce funkční	funkční x	méně funkční	neuspokojivé

Odpovídající hodnocení jednotlivých hledisek označte:

x

Připomínky a otázky k obhajobě:

Předkládaná bakalářská práce má – 80 stran textu, 2 strany literatury a 5 příloh. Práce, kterou si posluchačka zvolila v sobě nese dvě nosná a velmi aktuální témata: lázeňský cestovní ruch a marketingový mix. Autorka dané téma zpracovává v sedmi kapitolách: Teoretická východiska lázeňského cestovního ruchu, Teoretická východiska, definování a vymezení destinačního managementu, Definování a vymezení marketingového mixu a jeho využití v lázeňském cestovním ruchu, Lázeňské asociace, Léčebné lázně Bohdaneč a.s., Marketingový mix Léčebných lázní Bohdaneč a.s., Marketingové šetření.

Bakalantka dokázala poměrně dobře vysvětlit a spojit obě základní témata: marketing a cestovní ruch (resp. lázeňský cestovní ruch). Podařilo se jí to jak v teoretických částech, kde velmi přehledně a strukturovaně dané pojmy představuje tak i v částech praktických, kde se poměrně precizně zabývá danou problematikou v Léčebných lázních Bohdaneč a.s.. Kapitola sedmá Marketingový výzkum (nazvala bych ji však raději marketingové šetření (takto je název přece jen poněkud nadnesený) je zpracována svědomitě a je zde patrná i vlastní znalost autorky řešeného prostředí.

Grafika poslední části je velmi pěkná, na rozdíl od mírně „řampulácky“ zpracovaných tabulek v předchozím textu (volila bych raději velikost písma 11); grafy jsou vytvořeny odpovídajícím způsobem v celé práci, pěkně a logicky zařazeny do textu.

Celkově je práce na pěkné úrovni, komplexně sladěná, s velmi hodnotným vlastním šetřením i s dobře volenou přílohou. Drobné výtky nepovažuji za natolik závažné, abych nemohla, jako vedoucí práce, navrhnout nejvyšší stupeň.

Předkládanou bakalářskou práci posluchačky Evy Štěpánkové doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení stupněm: **Výborně**.

Otázky k obhajobě:

- *V souvislosti se zdravotnickou reformou dojde pravděpodobně i k podstatným změnám financování lázeňské péče. Domníváte se, že to výrazně ovlivní i marketing? Jak?*
- *Jaká doporučení byste Léčebným lázním Bohdaneč a. s. v oblasti marketingového mixu do budoucnosti navrhla?*

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň:

Výborně

Vedoucí bakalářské práce:

Jméno, tituly:

Podpis:

RNDr. Šárka Brychtová, Ph.D.

V Pardubicích dne: 25. května 2011

