

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno studenta	Lucie TRPIŠOVSKÁ
Téma práce	MARKETING DESTINACE LÁZEŇSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU
Cíl práce	Cílem bakalářské práce je charakterizovat marketingový mix Lázní Poděbrady a.s a vypracovat marketingové šetření zaměřené na klienty daných lázní.
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 x	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 x	funkční x	méně funkční	neuspokojivé

Odpovídající hodnocení jednotlivých hledisek označte:

x

Připomínky a otázky k obhajobě:

Předkládaná bakalářská práce MARKETING DESTINACE LÁZEŇSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU obsahuje 62 stran textu, 3 strany literatury, 5 příloh a další doprovodný materiál. Práce je sestavena do pěti hlavních kapitol, dále úvodu a závěru.

První tři kapitoly mají teoretický ráz, autorka v nich představuje odbornou bázi základních pojmů – marketing, cestovní ruch, lázeňský cestovní ruch, marketing lázeňského cestovního ruchu. Zatímco první dvě kapitoly představují teoretický exkurz daných fenoménů

v základní rovině, ve třetí části se bakalantka snaží zkompletovat lázeňství, cestovní ruch a marketing v ucelených souvislostech a daří se jí to poměrně dobře. Teoretický základ je pojat logicky a téma vystihuje poměrně charakteristicky.

Čtvrtá a pátá kapitola se potom věnuje vlastnímu tématu v praktické rovině na příkladu dané destinace: Lázně Poděbrady. Pátá kapitola je významnou součástí nejen praktické části, ale i celé práce. Autorka v ní postihuje celou problematiku marketingu lázeňského cestovního ruchu z pozice klienta. Šetření je poměrně podrobné, výstižné a poskytující řadu informací. Je z něj patrná spolupráce autorky s managementem lázní a šetření má jistý profesionální podtext, což však považuji za hodnotné. Vlastní komentář autorky je také na pěkné úrovni.

Autorka dále prokázala schopnost samostatné práce a svědomitost při zpracování daného šetření. Formálně je práce na odpovídající úrovni, dotazníkové šetření je zpracováno velmi výstižně, příloha je relevantní.

Dle výše uvedeného doporučuji bakalářskou práci posluchačky Lucie Trpišovské k obhajobě a navrhuji její hodnocení stupněm **výborně**.

Otázky k obhajobě:

- *Při zpracování závěrečného šetření jste spolupracovala s managementem daných lázní. Byla spolupráce problematická nebo Vám lázně vyšly vstříc?*
- *V závěrečném hodnocení se zmiňujete o připravované zdravotnické reformě, která se nepochybně dotkne i lázeňských zařízení? Co byste jim z hlediska marketingu do budoucnosti doporučila?*

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň:

Výborně

Vedoucí bakalářské práce:

Jméno, tituly:

Podpis:

RNDr. Šárka Brychtová, Ph.D.

V Pardubicích dne: 26. srpna 2011

