

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Nikola Kokyová
Číslo studenta: E18296
Název bakalářské práce: Produktová analýza vybrané cestovní kanceláře
Cíl práce: Cílem práce je analýza produktové nabídky vybrané cestovní kanceláře. Zjištění očekávání a potřeb zákazníků v odvětví cestovního ruchu a definování doporučení pro zlepšení nabídky služeb vybrané cestovní kanceláře.
Vedoucí práce: Ing. Martin Mlázovský
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Akademický rok: 2020/2021

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Práce je zaměřena na marketing v CK Fischer s důrazem na analýzu produktové strategie. Autorka zde pečlivě zmapovala teoretické poznatky z hlediska nástrojů marketingového mixu se zaměřením na specifika ve službách. Tyto poznatky dále aplikovala konkrétně již na trh cestovního ruchu a zároveň provedla analýzu vnějšího i vnitřního prostředí podniku. Jako základní zdroj autorka využila polostrukturovaný rozhovor s manažerem jedné z poboček CK, veřejně dostupná obchodní a statistická data a zvláště pro analýzu produktové strategie i sentiment na neanonymních internetových diskuzích. Zjištěné výsledky následně autorka využila pro tvorbu SWOT analýzy, kde přihlédla i k současné pandemické situaci. Pro hlavní část výzkumu a možnost komparace strategie vybraného podniku s potřebami a preferencemi českých zákazníků autorka využila dotazníkové šetření, přičemž získala celkem 457 respondentů. Na základě provedené komparace obou částí výzkumu autorka definovala doporučení pro úpravu marketingového mixu vybrané CK. Autorka pracovala samostatně a reagovala na připomínky vedoucího práce.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a celkově byla vykázána nulová shoda, práce není plagiát.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Ve své práci v kontextu pandemické situace podniku doporučujete zaměřit se na zájezdovou činnost v rámci ČR, očekáváte trvalé zvýšení zájmu o tuzemské dovolené i po odeznění pandemie? Případně u jakých konkrétních segmentů očekáváte tuto změnu nákupního chování?
2. V práci uvádíte, že CK Fischer působí také na slovenském trhu, jaké by měly být rozdíly v komunikaci zájezdu po ČR pro české a slovenské zákazníky?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **A**

V Pardubicích 11.5.2021

Podpis