POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Adam Mašek

Název práce: Návrh marketingové komunikace outdoorových center Offpark na Šumavě

Cíl práce: Sestavení marketingové komunikace na letní sezonu 2017 na základě získaných dat.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné **Průměrné** Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	velmi dobře
Samostatnost při zpracování tématu	výborně
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	velmi dobře
Hloubka tématické analýzy,vlastní přínos diplomanta	dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	výborně
Stylistická úroveň, jazyk	velmi dobře

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná **průměrná** nadprůměrná

Hodnocení:

Bakalářská práce je zpracována na 49 stranách (bez příloh), obsahuje 4 tabulky, 2 obrázky a jedno schéma.

Stupeň splnění cíle práce

Autor si ve své bakalářské práci stanovil cíl sestavit marketingovou komunikaci na letní sezonu 2017 na základě získaných dat. Hlavní cíl a jeho dílčí úkoly jsou splněny.

Samostatnost při zpracování tématu

Autor ke své bakalářské práci přistupoval zodpovědně, pracoval samostatně, přičemž některé nejasnosti vyřídil na základě doporučení vedoucího.

Logická stavba práce

Bakalářská práce má jasnou logickou strukturu vzhledem ke stanovenému tématu a zaměření.

Práce s literaturou – citace, vlastní komentář

Autor pracuje s dostatečným množstvím citací, celkem 24, z toho 3 cizojazyčné. V BP se však objevují i pasáže, které by mohl více rozvést a obohatit o své vlastní stanovisko k vybrané problematice. Např. s. 12, s. 19 je svým obsahem složena z mnoha nepřímých citací známých autorů, a to bez autorova shrnutí daného tématu.

Adekvátnost použitých metod

V metodické části práce autor popsal užití jednotlivých vybraných metod. Pro splnění cíle BP zvolil metodu polo-strukturovaného neformálního rozhovoru s manažerem provozu areálů Offpark, osobní nestrukturované pozorování, a analýzu textů a dokumentů. Bohužel o provedené analýze textů a dokumentů se autor zmiňuje až v kapitole 4 Metodologie práce, zatímco v abstraktu tato informace chybí. Veškerá zjištění jsou ve svém úplném znění součástí příloh této práce. Ve volbě metodik pro zhodnocení marketingové komunikace je bakalářská práce průměrná.

Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta
Kapitola 5 Analýza marketingové komunikace Offpark je zpracována přehledně a zároveň v souladu s teoretickou částí BP. V kapitole 6 Návrh na zlepšení marketingové komunikace autor vychází z analýzy dosavadní marketingové komunikace, jejíž úspěšné nástroje dále rozšiřuje a zároveň obohacuje současný stav o nástroje nové. Pro tato doporučení je zároveň vytvořena finanční kalkulace, která odpovídá požadavkům zadaným zástupcem prodeje. Za vyzdvižení některých nápadů pro marketingovou komunikaci stojí např. Den s Radkem Jarošem (s. 43) či spolupráce s hotely a cestovatelským portálem Viator (s. 45). Uvedená doporučení jsou dostatečně konkrétní. V kapitole 7 Diskuze je zhodnocen postup realizace sběru informací ke stanovené problematice. Autor zde uvádí i problém, na který narazil při vyhodnocení rozhovoru. Nicméně kladně hodnotím autorovo rozhodnutí tento nedostatek napravit uspořádáním další schůzky s manažerem, na kterou byl lépe připraven. Veškerá zjištění jsou vysvětlena srozumitelnou formou a praktická využitelnost získaných informací se jeví jako průměrná. Jako negativní fakt může být spatřován celkový rozsah BP. BP je zpracována celkem na 49 stranách, což znamená, že mohla být propracována více do hloubky. Autor však v bakalářské práci, po důkladném zhodnocení aktuální situace vyvozuje praktické a realizovatelné závěry pro případné zlepšení dosavadní marketingové komunikace.

Úprava práce: text, grafy, tabulky
Stylistická úroveň, jazyk

Úprava práce a stylistická úroveň je celkem zdařilá. Více v připomínkách.

Celkově lze říci, že autor splňuje realizaci zvoleného tématu a nároky kladené na zpracování bakalářské práce.

Připomínky:

Překlepy, chybná slovní spojení, pravopisné chyby:

s. 35: ... jedná se **na příklad** …

s. 34: Je taková marketingová komunikace, **který** se soustřeďuje na budování …

s. 41: Tabulka č. 3: Rozpočet na sezonu 2017, chybně sečtené položky, celková částka na marketingovou komunikaci činí 155 000,-Kč, nikoliv 160 000,-Kč jak tvrdí autor.

Chybně zapsaná přímá citace, chybně uvozovky: s. 22: Autoři (s. 41) event. Marketing definují takto: " Event marketing je forma zinscenování zážitků stejně jako jejich plánování … komunikace."

Seznam literatury se potýká s drobnými chybami ve formátu uvedených zdrojů.

Otázky k obhajobě:
Mohl byste zhodnotit, zda se outdoorová centra Offpark na Šumavě potýkají s konkurencí? Pokud ano, jaké jiné volnočasové areály byste mezi hlavní konkurenty zařadil? Jaké výhody shledáváte u outdoorových center Offpark na Šumavě oproti těmto jiným areálům?

Předložil jste Vaše výsledky manažerovi provozu areálů Offpark? Budou některá Vaše doporučení realizována? Jaká?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň:
Velmi dobře v závislosti na obhajobě.

V Praze dne 14.5.2017

……
Mgr. Markéta Pecinová