



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Zuzana Prokopová, M.Sc.

Název diplomové práce: Marketingová strategie hotelu Ještěd

Jméno vedoucího diplomové práce: doc. Ing. Jozefína Simová, Ph.D., katedra marketingu

Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Jitka Srpová

Oponent: - název firmy:

- pracovní zařazení:

kontakt: 485 110 269

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	X			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	X			
Hloubka provedené analýzy		X		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	X			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	X			
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	X			
Formulování vlastních názorů diplomantem	X			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	X			
Stylistická úroveň práce	X			
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	X			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací	X			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejich cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy (uved'te na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

Prosím, uved'te podmínky, za kterých je možné ochranu Národního památkového úřadu, pod kterou hotel Ještěd patří, změnit z hrozby na příležitost.

Práci doporučuji k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: Výborně

Datum: 28. 5. 2014

.....
Podpis oponenta diplomové práce



Diplomantka ve své práci zaměřené na marketingovou strategii vychází ze stávajících teoretických poznatků. Závěrečnou formulaci marketingové strategie opřela o analýzu současného stavu hotelu Ještěd, ve které konstatuje, že nejslabší stránkou je špatný technický stav hotelu, zastaralý design a vybavení pokojů, malá kapacita lůžek, dopravní dostupnost a krátkodobá nájemní smlouva provozovatele hotelu. Bohužel to jsou faktory bezpodmínečně nutné pro úspěšné fungování hotelu, na druhé straně marketingově špatně ovlivnitelné. Management a marketing hotelu hodnotí spíše jako silnou stránku. S přihlédnutím k výše uvedeným skutečnostem správně zvolila strategii diferenciaci, ve které dobře popsala jednotlivé nástroje marketingového mixu. Návrh její strategie lze považovat za realizovatelný.

Diplomová práce je po stylistické a formální stránce na překvapivě dobré úrovni. Konceptně je dobře strukturována a zachovává přiměřené proporce jednotlivých kapitol.

