



POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Zuzana Grosmanová
Název diplomové práce: Marketingová komunikace CK Melissa Travel se zaměřením na internetovou komunikaci

Cíl práce: Analýza marketingové komunikace cestovní kanceláře zaměřená zejména na oblast internetové komunikace.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Iveta Honzáková

	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				
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací				

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejich cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

- 1/ V závěrečném hodnocení doporučujete firmě provést segmentaci svých zákazníků. Můžete tyto segmenty více konkretizovat?
- 2/ Jak vidíte budoucnost CK z hlediska konkurenceschopnosti?

**Práci doporučuji k obhajobě.
Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:**

VÝBORNĚ

Datum: 31.5.2011

.....
Podpis vedoucího diplomové práce





Práci diplomantka strukturovala do dvou hlavních částí – teoretické a praktické. V první části jsou popsány teoretická východiska z problematiky cestovního ruchu, marketingové komunikace a využití internetu v marketingové komunikaci. Praktická část se zabývá marketingovou komunikací v CK Melisa Travel. Studentka zde provedla analýzu webových stránek firmy a porovnávala je se stránkami CK Alex a Viamare. V závěru je marketingová komunikace zhodnocena a jsou navrženy kroky pro vylepšení efektivity komunikace firmy.

Členění práce je logické, kladně lze hodnotit kombinaci a provázanost teoretické a praktické části.

Návrhy v oblasti zvolených forem komunikace jsou reálně využitelné a mohou pomoci naplnit zadaný cíl – udržení stávající pozice na trhu.

K vypracování diplomové práce studentka přistupovala velmi svědomitě a samostatně.

