

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta:.....Diana Allouache.....

Název práce:....Marketingová strategie hotelu

Sitno.....

Vedoucí práce:.....F. Kovář.....

Volba tématu:	1.	Mimořádně aktuální
	2.	Aktuální, málo frekventované
	3.	Aktuální, pracné X
	4.	Frekventované s dostatkem literatury
Cíl práce a jeho naplnění:	1.	Vhodně zvolený cíl, který byl naplněn X
	2.	Vhodně zvolený cíl, částečně naplněn
	3.	Vhodně zvolený cíl, který nebyl naplněn
	4.	Nevhodně zvolený cíl
Struktura práce:	1.	Originální – zdařilá
	2.	Logická – systémová X
	3.	Logická – tradiční
	4.	Pro dané téma tradiční
	5.	Pro dané téma nevhodná
Práce s literaturou:	1.	Vynikající, použity dosud neběžné prameny
	2.	Velmi dobrá, použity nejnovější dostupné prameny
	3.	Dobrá, běžně dostupné prameny X
	4.	Slabá, zastaralé prameny
Vybavení práce (data, tabulky, grafy, přílohy):	1.	Mimořádné, funkční
	2.	Velmi dobré, funkční X
	3.	Odpovídá nutnému doplnění textu
	4.	Nedostačující
Přínosy práce:	1.	Originální, inspirativní názory
	2.	Ne zcela běžné názory
	3.	Vlastní názor argumentačně podpořený X
	4.	Vlastní názor chybí
Uplatnění práce v praxi a ve výuce:	1.	Práci lze uplatnit v praxi X
	2.	Práci lze uplatnit ve výuce.
	3.	Práce nelze příliš využít ani v praxi ani při výuce
Formální stránka:	1.	Výborná X
	2.	Přijatelná
	3.	Nevyhovující
Jazyková stránka	1.	Stylistika
		a) Výborná X
		b) Dobrá
		c) Nevhodující
	2.	Gramatika
		a) Výborná X
		b) Dobrá
		c) Nevhodující

Zásadní připomínky k práci:

1. nemám X
2. mám tyto:

Další hodnocení:

...Strategicky zaměřená bakalářská práce s konkrétními návrhy na záměry v hotelové oblasti.....

.....

.....

.....

Práce splňuje základní požadavky kladené na tento typ prací a proto ji doporučuji k ústní obhajobě:

1. ano X
2. ne

Navrhovaná klasifikace:

1. výborně
2. výborně nebo velmi dobře dle ústní obhajoby X
3. velmi dobře
4. velmi dobře nebo dobře dle ústní obhajoby
5. dobře
6. dobře nebo nevyhověl dle ústní obhajoby
7. nevyhověl

Otázka k ústní obhajobě práce:

...1. Jak byly Vaše návrhy strategického charakteru přijaty managementem hotelu.....

...2. Kde vidíte největší problémy marketingové strategie v oblasti...hotelů.....

.....

Datum...5.6.2008.....

Podpis vedoucího práce.....