MASARYKOVA UNIVERZITA
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA

OPONENTNÍ POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

I. Autor: Michala Meisterová

Název: Marketing cestovní kanceláře

II. Cíl práce a jeho naplnění

Autorka cíl stanovený v zadání splnila.

III. Obsahové zpracování a přístup k řešení práce

Autorka klasicky dělí svou práci na část teoretickou a praktickou.

V teoretické části se věnuje marketingu cestovního ruchu. Nejvíce se zabývá marketingovým mixem v cestovním ruchu, který zpracovává relativně přehledně, nejde však o hlubokou analýzu.

V praktické části se věnuje CK Galatea, kterou popisuje. Zde se dá spíše hovořit o deskripci, než analýze. Dále používá dvě dotazníkové šetření, které – s uvedenými výhradami – lze považovat za pozitivum. Tyto dotazníky následně vyhodnocuje a vytváří z nich závěry. Na těchto závěrech staví doporučení pro podnik, které nákladově ohodnocuje.

IV. Formální náležitosti práce a úprava

V práci se jen místy objevují překlepy a chyby. Práce je na adekvátní grafické úrovni. Autorka cituje řádně, seznam použité literatury je co do poštu průměrný.

V. Připomínky k práci

V úvodu práce se autorka mohla více věnovat cílům práce a více je přiblížit, případně stanovit dílčí cíle.

Autorka je ve své práci často velmi obecná. Např. na str. 21 uvádí „Zájezdy CK Galatek jsou spíše levné až středně drahé". Toto tvrzení ale ničím nepodložila.

Při analýze ceny autorka mohla určit, jakou cenovou strategii cestovní kancelář volí. (kap. 2.2.2)

K provedení dotazníkového šetření autorkou lze mít výhrady. Toto šetření provedla na výstavě „GO", zabývající se cestovním ruchem. Zde např. zjišťovala, jaké znají respondenti cestovní kanceláře. Tito respondenti mohli být ale výrazně ovlivněni svojí návštěvou na výstavě, případně to byli lidé, které lze označit jako osoby zainteresované v této oblasti.

Je zarážející, že při analýze autorka neprovedla segmentaci zákazníků CK Galatea, ani neprovedla SWOT nebo SLEPT analýzu. Toto by pro práci bylo přínosem. Z práce ani není patrné, kdo jsou největší konkurenti CK nebo jaký má podíl na trhu.

Autorka navrhuje vytvoření profilu CK Galatea na Facebooku. Otázkou je, jaká skupina obyvatel ČR Facebook aktivně využívá, a jaká skupina je cílovou skupinou zákazníků.

VI. Otázky doporučené k bližšímu vysvětlení při obhajobě

1. Kdo je cílová skupina zákazníků CK Galatea?
2. Kdo jsou největší konkurenti na trhu pro CK Galatea?

VII. Závěr

Konstatuji, že předložená práce splňuje (při uvedených výhradách) obsahové i formální nároky na závěrečné práce kladené, a práci neshledává plagiátem, ani mi není známo, že by se autorka plagiátorství dopustila. Doporučuji hodnocení **C - dobře.**

Ing. Michal Kozub

V Brně dne 10.6.2010