

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	Mystery Shopping ve vybraném odvětví
<b>Jméno autora:</b>	Karolina Šebánková
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Odd. manažerských studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Petra Králová, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Odd. manažerských studií (MÚVS)

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<p>Autorka definuje svůj cíl práce následovně: „Cílem bakalářské práce je zhodnocení poskytovaných služeb v hotelnictví pomocí metody Mystery Shopping. Dílčím cílem je zhodnocení současného stavu segmentu ekohotelů v Praze a podle zjištěných nedostatků pomocí metody Mystery Shopping u vybraných hotelů navrhnout řešení.“, přínos pak definuje následovně: „Přínosem bakalářské práce je zhodnocení kvality poskytovaných služeb u vybraných ekohotelů a analýza jejich marketingového a komunikačního mixu“. Z této formulace cíle a přínosu není zřejmé, pro koho konkrétně/adresně bude navržené řešení určeno, komu bude komunikováno a kdo bude mít z navrženého řešení užitek.</p>	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s menšími výhradami</b>
<p>V teoretické části autorka vymezuje zásadní pojmy týkající se definic marketingu, marketingového mixu, komunikačního mixu, dále definuje mystery shopping a zelené hotelnictví. Není přímá relevance mezi teoretickou a praktickou částí, mnohé pojmy z teoretické části nejsou v praktické části blíže rozpracovány. V praktické části autorka uvádí vybrané ekologické hotely, které v minulosti měly ecolabel a nyní se hlásí k environmentální politice. Autorka neanalyzuje důvody, proč vybrané hotely značku ecolabel již nemají. Z popisovaných 5 hotelů byly vybrány 3, které byly podrobeny hlubší analýze. Následně je navržen výzkum formou mystery shoppingu a to telefonického a návštěvou zvolených hotelů. Detailně jsou popsány stanovené otázky a způsob jejich hodnocení. (Zadání výzkumu není detailně zpracováno). Otázky jsou zaměřeny převážně na obecnou úroveň poskytování péče hotelů. Mnohé otázky, převážně v telefonickém rozhovoru nejsou mířeny na posouzení ekologického chování hotelu, spíše směřují k obecnému posouzení kvality hotelových služeb a přístupu zákazníků). Autorka na základě realizovaného výzkumu navrhuje možné nápravy zjištěných nedostatků. Je škoda, že tuto práci autorka nesměřovala svou práci k cílenému využití pro dané hotely, kterým by následně svá zjištění předala.</p>	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>správný</b>
<p>Autorka zvolila adekvátní postup řešení stanoveného cíle. Před samotnou realizací mystery shoppingu připravila scénáře, včetně návrhu hodnocení. Výzkum následně vyhodnotila, výsledky vhodnou formou zpracovala a navrhla doporučení řešení zjištěných nedostatků.</p>	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>A - výborně</b>
<p>Odborná úroveň je v souladu s požadavky.</p>	

**Formální a jazyková úroveň, rozsah práce**

**A - výborně**

Formální a jazyková úroveň je v souladu s požadavky.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**B - velmi dobře**

Pro zpracování práce byly využity literární zdroje – knižní publikace a elektronické zdroje, které jsou relevantní k danému tématu. Doporučovala bych zaměření na aktuální zdroje zpracovávající danou problematiku a eliminaci zdrojů populárně vědeckých. Citační korektnost je na standardní úrovni.

**Další komentáře a hodnocení**

Práce představuje standardní zdroj informací pro analyzovanou společnost. Analýzy jsou na průměrné úrovni.

### **III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE**

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Oponent práce považuje teoretickou i praktickou část práce za průměrnou.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

**Navržené otázky:**

1. Definujte cílovou skupinu těchto hotelů.
2. Jaká jsou kritéria pro udělení certifikátu environmentální hotel.

Datum: 3.6.2019

Podpis: