

Posudek oponenta bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**
 Studijní obor: **Mezinárodní obchod**
 Akademický rok: **2019/2020**
 Název práce: **Marketingová strategie Českých aerolinií, a.s.**
 Řešitel: **Petr Juriš**
 Vedoucí práce: **Ing. Milan Postler, Ph.D.**
 Oponent: **Bc. Jiřina Borková**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	1
2.	Logická stavba práce	1
3.	Práce s literaturou, citace	1
4.	Adekvátnost použitých metod	2
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	1
6.	Vlastní přístup k řešení	1
7.	Formální úprava práce	1
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	1

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autor velice kvalitně zpracoval dané téma, zabývající se Marketingovou strategií Českých aerolinií a. s., přestože se mu nepodařilo navázat kontakt s nikým ze společnosti a využíval tak pouze veřejně dostupných zdrojů. I přes tento fakt dokázal autor zmapovat aktuální marketingovou strategii velice přesně a plně odpovídající realitě. K tomu dopomohl autorův hluboký zájem o téma a široký přehled v dané oblasti. Protože práce vznikla v době těsně před vrcholící krizí v letecké dopravě (z důvodu rozšiřování Covidu-19 ve světě), jsou údaje z ní o to cennější, že mohou v budoucnu sloužit jako výstupní pro porovnání stavu před a po této krizi. Doporučuji, aby se autor tématu věnoval i nadále a v dalším studiu se zaměřil právě tímto směrem a zhodnotil tak široký přehled a znalosti, které v tomto oboru má. 1) Doporučil byste sjednocení marketingové strategie Českých aerolinií a Smartwings a pokud ano, proč? Pokud ne, proč? 2) Myslíte si, že majetkový vstup Smartwings do ČSA ovlivnil marketingovou strategii společnosti a případně jak?

Závěr: Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 22. 4. 2020

Bc. Jiřina Borková
oponent práce