

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

Jméno studenta: Marek Štembera
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybraných internetových obchodů

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Hana Kunešová

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou
- O) Přístup autora k řešení problematiky práce
- P) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	☒	☐	☐	☐	☐
B)	☐	☒	☐	☐	☐
C)	☐	☐	☒	☐	☐
D)	☐	☒	☐	☐	☐
E)	☐	☐	☒	☐	☐
F)	☐	☒	☐	☐	☐
G)	☐	☐	☒	☐	☐
H)	☐	☐	☐	☒	☐
I)	☐	☐	☐	☐	☒
J)	☐	☐	☒	☐	☐
K)	☐	☐	☒	☐	☐
L)	☐	☒	☐	☐	☐
M)	☐	☐	☒	☐	☐
N)	☐	☒	☐	☐	☐
O)	☐	☐	☒	☐	☐
P)	☐	☐	☒	☐	☐

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Autor se v bakalářské práci zaměřil na marketingovou komunikaci největších internetových obchodů v ČR: Alza.cz a Mall.cz. Cíl práce, který je stanovený v úvodu, byl z větší části splněn. Autor v práci podrobně popisuje nástroje marketingové komunikace vybraných internetových obchodů, uvádí dílčí odlišnosti v jejich využívání a doporučení adresovaná těmto internetovým obchodům. Autor nevyužil možnosti zjištěné poznatky zobecnit do doporučení pro volbu nástrojů marketingové komunikace zohledňující finanční možnosti různých internetových obchodů. Slabinou je práce s odbornou literaturou a citace elektronických zdrojů. Některé kapitoly v teoretické části práce odkazují pouze na jeden zdroj (kap. 2: Přikrylová, Jahodová, 2010, subkapitola 3.4: Hesková a kol, 2005). V kapitolách



5 a 6 jsou odkazy na elektronické zdroje, které nelze vyhledat v seznamu použitých zdrojů, protože citace zdrojů neobsahují údaje z odkazů v textu. Autor zapisuje odkazy v textu stylem (alza.cz, 2017a) a odlišuje jednotlivé zdroje písmenem za rokem 2017, v seznamu použitých zdrojů ale toto označení chybí. Totéž platí pro zdroje o internetovém obchodu Mall.cz. Slabší stránkou je také práce s odborným jazykem (občasný výskyt ne příliš vhodných formulací). V závěrečném porovnání nástrojů marketingové komunikace (kapitola 7) se znovu opakují některé odstavce z předchozích kapitol.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

- 1) Které nástroje marketingové komunikace používané Alza.cz a Mall.cz považujete za nejvýznamnější a proč?
- 2) Jsou nástroje marketingové komunikace používané Alza.cz a Mall.cz vhodné i pro malé a střední e-shopy? Odpověď zdůvodněte.

V Plzni, dne 22. 5. 2017

Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

² Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

³ Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

⁴ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).