



HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Bc. Josef Štaif
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Moderní technologie v marketingové komunikaci na spotřebitelském trhu

Hodnotitel – oponent: Ing. Petr Janeček, Ph.D.
Podnik – firma: FEK ZČU

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) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Práce se zabývá moderními technologiemi v marketingové komunikaci cestovních kanceláří. Teoretická část práce je velmi slabá na zdroje literatury. Metodika první části praktické části je vhodně použita a aplikována. Při prezentaci zkoumaného vzorku se vycházelo pouze ze seznamu CK nikoliv CA a i tento seznam nebyl úplný, což znemožňuje diskuzi nad počtem současných koncesí CK. Komparace se staršími výsledky není precizně diskutována. Prezentace výsledků je pouze pomocí jednoduchých grafů bez větší propracovanosti analytického aparátu. Využití metody analýzy oční kamerou je zajímavé zpestření, ale bylo by vhodné výsledky zaměřit na vývoj marketingové komunikace, resp. vývoj webových stránek. S využitím heat map to je možné. Zhodnocení výsledků výzkumů je velmi strohé a nepřináší významnou hodnotu jak pro praxi, tak pro teorii. Konstatování o zhoršení nebo zlepšení není správné. Extrémně se změnilo celé prostředí a také požadavky návštěvníků webů, protože by toto mělo být diskutováno. Práce budí dojem nedostatečné pozornosti autora a nepromyšlené metodiky. Práce obsahuje několik formálních, gramatických i stylistických chyb (např. str. 5, 6, 9, 22, 34, 36, 37, 39, 42, 45 apod.). Práce ještě dopovídá danému typu kvalifikační práce, proto ji doporučuji k obhajobě se známkou dobře.



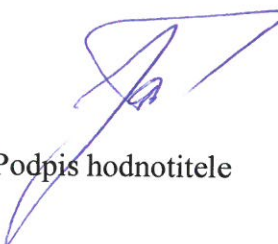
Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaké jsou hlavní trendy ve vývoji webových stránek českých CK?

Existují jasné aspekty, které by měli majitelé webů sledovat pro větší efektivitu online marketingu?

Na základě získaných informací z výzkumu formulujte jeden příklad konkrétního doporučení pro web CK a proveďte jeho zjednodušenou kalkulaci.

V Plzni, dne 21.5.2018



Podpis hodnotitele