

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Kristýna Mařašová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza současných nástrojů online marketingu vybrané společnosti

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Zelenka
Podnik – firma: FEK ZČU

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na analýzu nástrojů online marketingu u vybraného podniku. Autorka v úvodní části práce představila teoretická východiska, která jsou přehledně strukturovaná a většinou pěkně vysvětlená. Velmi zavádějící jsou některé formulace např. s 16 "Počátky online marketingu jsou zaznamenány od roku 1994, kdy začala existovat reklama". Místy jsou rušivé opakované formulace vět začínající autorem např. s. 26 - 27 "Burian (2014) spolu s Treadawayem a Smithovou (2011) představují sociální sítě jako komunitu, která sdílí společné zájmy. Burian (2014) představuje..." později "Zvol si Info (2020) uvádí...". Je škoda, že v praktické části nepostupovala podle teorie viz s. 33 a zjištění přání a potřeb zákazníků. Z textu práce dále neplyne, zda byl navržen a uživatelsky testován wireframe a poté připraven grafický návrh předtím než autorka přistoupila k vývoji webu. Pozitivně hodnotím autorčin entusiasmus z přípravy webu, je však potřeba podotknout následující:

- pro systém wordpress existují tisíce free šablon, šablonu si pak můžete přizpůsobit podle sebe - není nutné připravovat vlastní - využitím profesionální šablony je z drtivé většiny vyřešen problém zobrazení webu na různých operačních systémech a v různých prohlížečích např. web má na IOS nejednotný vizuál, šířku buttonů, odlišné zarovnání některých prvků v porovnání se zobrazením na Androidu

- web je z pohledu GDPR nedostatečný - u registrace k odběru NL + u kontaktního formuláře chybí hláška o souhlasu se zpracováním dat
- avizované sticky menu (viz s. 50) není funkční
- u registrace k odběru NL chybí validace zadaného textu, chybí hlášky o úspěšném/neúspěšném odeslání
- na webu je strašně málo textu
- slider na HP je nepřehledný, obsahuje 2 informace v 1, zelený pruh působí jako cookies lišta, bylo by vhodné ro rozdělit a graficky sjednotit
- je potřeba připravit styleguide pro prvky na stránce - např. jeden button je červený psaný verzálkami, druhý fialový s odlišným zápise
- heslo na 12 znaků a požadavek na silné heslo bude blocker pro nové registrace, zvláště když chybí přihlášení přes FB nebo Gmail

Přesto je autorčina iniciativa unikátní a hodnotím ji velmi pozitivně. Nerozumím návrhu týkající se zřízení profilů na dalších sociálních sítí viz s. 49 s ohledem na špatně spravovaný profil na FB a minimum informací na webu. Celkově hodnotím práci jako "velmi dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Komentujte postup přípravy webu, co byste dnes udělala jinak?

Formulujte konkrétní kroky, které navrhuje firmě provést na jednotlivých sociálních sítích - ideálně zpracované do postplánu na 1 - 2 měsíce.

Jaké navrhuje konkrétní zlepšení letáku na obr. 8?

V Plzni, dne 08. 06. 2020

Podpis hodnotitele