

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Gabriela Chomová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybraných internetových obchodů

Hodnotitel – oponent: doc. Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená bakalářská práce si klade za cíl zhodnotit používané strategie marketingové komunikace dvou vybraných e-shopů. Cíl práce je velmi ambiciózní. Ve skutečnosti srovnávala autorka práce využívání jednotlivých nástrojů komunikačního mixu vybranými e-shopy a na základě vlastního pozorování navrhla doporučení pro obě společnosti a jejich marketingovou komunikaci. Studentka v teoretické části pracuje pěkně v rámci rešerše, nicméně tato východiska se zúžila na komunikační mix. Osobně bych si dovedla představit širší analýzu marketingové komunikace včetně komunikace brandu, související otázky segmentace, positioningu, rozpracovat metodu pozorování, nástroje vyhodnocování funkčnosti webových stránek, fiktivní nákup, atd.. Na str. 19 se odkazuje studentka na modely uvedené v teoretické části, které dále využije v praxi, ale žádné modely se mi nepodařilo nalézt. Nápadů na zlepšující opatření uvedené v kap. 6.2 jsou dobré, ale více nepodložené. V práci se objevuje místy 1. os.. Vzhledem k jednoduchosti zpracování vybraného tématu hodnotím práci kvalifikačním stupněm "dobře".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Definujte cílové segmenty obou společností a zkuste pomocí těchto segmentů zhodnotit marketingovou komunikaci těchto e-shopů, případně doporučte změny.

V Plzni, dne 15.5.2024

Podpis hodnotitele