

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Jana Chvojková

Název bakalářské práce: Využití internetového marketingu při prodeji ve firmě Štěpán Šádek – ABC UČEBNICE

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSC.

Pracoviště a pracovní zařazení: VŠERS, vedoucí katedry managementu a marketingu

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce	X						
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úroveň jejich naplnění	X						
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP		X					
	faktická, věcná a obsahová správnost	X						
	hloubka provedené analýzy	X						
	zvládnutí odborné terminologie	X						
	schopnost argumentace a kritického myšlení	X						
uplatnění práce v praxi / výuce		X						
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů			X				
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací	X						
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol	X						
	jazyková a stylistická úroveň	X						
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky	X						
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce	X						
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		ANO						
Celkové hodnocení bakalářské práce	X							
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Autorka bakalářské práce při její tvorbě respektovala metodiku zpracování BP na VŠERS. Práce má standardní strukturu jednotlivých částí, které na sebe logicky navazují. Výběr tématu hodnotím jako aktuální, kdy podnikatelské subjekty téměř ve všech oblastech hledají způsoby využití internetové komunikace se zákazníky. Teoretická část práce objasňuje základní premisy klasického a internetového marketingu. Při rešerši odborných zdrojů byly využívány pouze publikace české provenience. Pro analytickou a praktickou část práce bylo vybráno vydavatelství Štěpán Šádek – ABC učebnice. Ve třetí kapitole je provedena analýza společnosti. Součástí je marketingový výzkum, kde je provedeno hodnocení odpovědí prvního stupně (v absolutních a relativních hodnotách). Kladně hodnotím závěrečnou část kapitoly „Doporučení v oblasti internetového marketingu firmy“. Závěrečná čtvrtá kapitola navazuje na doporučení pro internetový marketing, konkrétně se jedná o návrh hodnocení efektivity a způsobu měření internetové komunikace. Ocenit lze doplnění návrhů o odhad finanční náročnosti při aplikaci internetové komunikace ve firmě Štěpán Šádek – ABC učebnice. Bakalářská práce splňuje požadavky na kvalifikační bakalářskou práci, je psána čtivým jazykem, jsou dodrženy logické návaznosti textu. Bakalářská práce může být přínosem pro inovaci komunikačních aktivit zkoumané firmy.

Otázky k obhajobě:

1. Závěry práce obsahují návrhy na inovace elektronické formy komunikace ve zkoumané firmě. Můžete doplnit jakým způsobem, (z hlediska personálního zabezpečení) je možné návrhy realizovat?
2. Byly výsledky bakalářské práce předány vedení firmy Štěpán Šádek – ABC učebnice, případně byly návrhy ve firmě využity?

Datum:

Podpis vedoucího bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranici minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce