

POSUDEK VEDOUCÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Firemní marketing a informační technologie

Petr Propper

Cílem bakalářské práce je zhodnotit dostupné nástroje internetového marketingu na reálné firmě, zhodnotit možnosti uplatnění internetového marketingu a doporučit nasazení konkrétních informačních technologií. V rámci tohoto cíle budou charakterizovány možnosti internetového marketingu, po představení firmy budou zhodnoceny její aktivity v oblasti internetového marketingu a po odhalení slabých stránek bude doporučeno nasazení konkrétní informační technologií.

Cíl této práce byl splněn, jak je vidět převážně z kapitol 3, 4 a 5.

Autor přistupoval k řešení dané problematiky samostatně a dokázal řešit vyskytující se problémy.

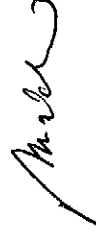
Práce svým rozsahem i zpracováním splňuje zadání a je členěná do pěti hlavních kapitol: Marketing a internet, Internetový marketing, Informace o firmě, Zhodnocení firemního internetového marketingu a Shrnutí slabých stránek a návrhy na řešení.

Autor práci pravidelně konzultoval a jeho přístup byl aktivní a tvůrčí.

V práci se vyskytují drobné překlepy (str. 30, kap. 4.1.1 nebo str. 37, kap. 4.3)

Otázky k obhajobě: nemám.

Předloženou práci **doporučuji k obhajobě** a hodnotím ji známkou **výborně minus**.



V *Paradubicích* 6. 8. 2015

Ing. Renáta Máchová, Ph.D.

vedoucí bakalářské práce