

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Aneta Vavříková
Číslo studenta: E19790
Název bakalářské práce: Možnosti využití nástrojů internetového marketingu ve vybrané společnosti.
Cíl práce: Cílem práce je popsat možnosti využití internetových a mobilních marketingových nástrojů. Nedílnou součástí je analýza stávající situace vybraného subjektu a návrhy změn vedoucí ke zlepšení využívání internetových marketingových nástrojů
Vedoucí práce: Ing. Hana Jonášová, Ph.D.
Studijní program: Ekonomika a management
Akademický rok: 2021/2022

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pro praxi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Práce je na aktuální téma. Autorka získala informace z interních materiálů společnosti a z konzultací s odpovědnými pracovníky. V práci se autorka pokusila přehledně popsat nástroje internetového a mobilního marketingu včetně jejich účelu a nejběžnějšího použití ve firemní praxi. Práce je zpracována vcelku přehledně, i když se autorka nechala občas unést svým osobním postojem. Na druhou stranu jí osobní zkušenost z práce v popisované společnosti umožnila lepší pochopení prostředí. Podrobně popisuje využívání vybraných nástrojů společnosti. V kapitole 7.5 se odkazuje na provedenou SEO analýzu, je ale škoda, že její výstup není součástí příloh. Na základě výstupů ze SWOT analýzy zaměřené na sledovanou problematiku a řízených rozhovorů identifikovala bariéry a navrhla několik změn. Nebyla ale provedena komparace SW a OT. Je škoda, že autorka také neprovedla analýzu konkurence, a jen se zmínila o její blízkosti (přestože o tom v závěru píše). Nemohla tak srovnat využívání popisovaných nástrojů s konkurencí. I to by se určitě odrazilo na kvalitě a odůvodnění doporučených změn.

Autorka se v práci dopustila několika typografických chyb a nepřesností.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Nejvyšší míra shody je 6 %.

Po kontrole nalezených podobných dokumentů konstatuji, že se nejedná o plagiát.

Otázky a náměty k obhajobě

Prosím studentku o odpovědi na následující otázky:

- 1) V popisované společnosti jste pracovala. Změnil se jejich postoj, s ohledem na proběhlou pandemii, na využívání nových marketingových nástrojů?
- 2) Nikde v práci jsem nenašla jaké prostředky firma v současnosti uvolnila na svoji propagaci. Snažila jste se to zjistit?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **D**

V Pardubicích 2.1.2023

Podpis