

## POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Autor/ka:** Bc. Tomáš Lizna  
**Název práce:** Analýza elektronického obchodu s využitím elektronického marketingu

### Hodnocení práce:

(hodnocení: 1 je výborný, ... , 4 je nevyhovující)

	1	1-	2	2-	3	4
1. <b>Náročnost tématu</b>		X				
2. <b>Volba vhodné metodiky zpracování</b>	X					
3. <b>Splnění cílů práce</b>	X					
4. <b>Odborný přínos (podíl) autora/rky</b>		X				
5. Logický postup řešení		X				
6. Využití teoretických znalostí		X				
7. Návrh modelu řešení		X				
8. Sběr a předzpracování dat pro řešení		X				
9. Výstižný souhrn práce		X				
10. Průběžná citace použité literatury			X			
11. Formální úprava textu		X				
12. Formální úprava grafická (obrázky, ...)		X				
13. <b>Celkové hodnocení práce</b>		X				

### Další připomínky, vyjádření, doporučení nebo nedoporučení k obhajobě:

Cílem práce je využití webové analytiky pro analýzu návštěvnosti elektronického obchodu a návrh strategie internetového marketingu pro vybrané internetové obchody. Cíl práce je na diplomovou práci dostatečně náročný. Dílčí cíle jsou pak zcela splněny. V úvodu práce bych uvítal přesnější vymezení cíle práce (dílčích cílů) a dále, vzhledem k počtu kapitol, také stručný přehled obsahu práce.

Kapitoly 1 a 2 jsou věnovány elektronickému obchodu a marketingu. Doporučoval bych tyto kapitoly sloučit. V kapitole 2 je uveden příklad SWOT analýzy, chybí však jeho zdroj. V názvu kapitoly 3 chybí otazník, název kapitoly by měl spíše být optimalizace (webových stránek) pro vyhledávače. Jinak kapitoly 3 a 4 obsahují veškeré základní pojmy z oblasti vyhledávání na webu a možnosti jeho optimalizace. Na začátku kapitoly 4 bych opět uvítal citaci literatury k „on page“ a „off page“ faktorům, které ovlivňují výsledky vyhledávání. V kapitole 5 je stručně popsána webová analytika se zaměřením na nástroj Google Analytics, který je dále použit v kapitole 7. Je aplikován na data o návštěvnosti třech internetových obchodů se stejným obchodním zaměřením. Webová analytika je provedena velice přehledně, nechybí analýza klíčových slov pro vyhledávání. Pro vybrané obchody jsou dále provedeny analýzy SWOT a BCG. Kapitola 10 je nazvána poněkud nešťastně, jedná se o pokračování aplikace webové analytiky z kapitoly 8, pouze dalšími nástroji a v jiném časovém období. V kapitole 11 pak diplomant navrhuje opatření k optimalizaci internetových obchodů pro vyhledávače. Tato opatření se týkají jak „on page“, tak „off page“ faktorů vyhledávání. S těmito návrhy lze souhlasit. Pro jeden internetový obchod jsou navíc implementovány a také je ověřena návratnost investice do navržené PPC kampaně. Sice se jedná o velmi krátké období a vybraný segment výrobků, pro potřeby diplomové práce je však tato ukázka dostatečná.

V práci je několik formálních nedostatků (překlepy, odsazení odstavců, atd.). V seznamu zkratk dále chybí SEO, BCG a PPC.

V průběhu obhajoby by se diplomant měl vyjádřit k následujícím otázkám:

1. K jakému zkreslení výsledků analýzy došlo ve sledovaném měsíci prosinci. Podrobněji odůvodněte vyřazení těchto dat z analýzy.
2. Byl výsledek PPC kampaně sledován i v následujícím období? Pokud ano, pak s jakými výsledky?
3. Vysvětlíte počty objednávek a prodaných položek v tabulce 24. Počet objednávek je zde totiž vyšší než počet prodaných položek, jedná se o chybu?

**Práci doporučuji k obhajobě**

**Hodnocení práce známkou:      Výborně mínus**

V Pardubicích, dne 27. srpna 2012

doc. Ing. Petr Hájek, Ph.D.