

FAKULTA MANAGEMENTU A EKONOMIKY
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Posudek oponenta **bakalářské práce**

Jméno studentky:
Zuzana Semelová

Oponent BP:
Ing. Vít Mahdalík

Ak. rok:
2009/2010

Téma BP:

Analýza marketingové komunikace vybraných internetových prodejců pneumatik

Kritéria hodnocení:		Stupeň hodnocení podle ECTS					
		A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	F 5
1	Náročnosti tématu práce		X				
2	Splnění cílů práce	X					
3	Teoretické části práce	X					
4	Praktické části práce (analytická část a doporučení)		X				
5	Formální úrovně práce	X					

Hodnocení v jednotlivých kritériích označte znakem **X** v příslušné úrovni.

(Obrat'te, prosím, list a pokračujte v hodnocení na druhé straně formuláře.)

Celkové hodnocení práce a otázky k obhajobě:

(otázky uvádí vedoucí práce i oponent/ka)

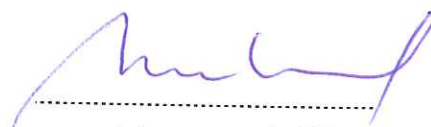
Studentka zvládla zevrubně zpracovat a postihnout klíčové aspekty marketingového přístupu a myšlení v oblasti elektronického obchodování, respektive tvorby internetových stránek určených primárně k prodeji B2C předmětu opakované spotřeby - konkrétně pneumatik. Protože význam elektronických komunikačních platforem obecně stále stoupá, lze očekávat další využití této práce v podnikové praxi formou vzdělávacího materiálu nebo základu pro vytvoření systému detailního monitoringu aktivit hlavních hráčů v daném segmentu podnikání.

Otázky:

- Které demografické skupiny tvoří majoritní část uživatelů elektronických nákupních systémů B2C?
- Jaký lze předpokládat střednědobý vývoj využívání internetových nabídek motoristy?
- Je nutno opravdu vždy včlenit eBiz aktivity do celkového marketingového mixu současné obchodní firmy?

Návrh na klasifikaci bakalářské práce: A - výborně

Ve Zlíně dne: 26.5.2010



podpis oponenta BP

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

Stupeň klasifikace:	A - výborně	B - velmi dobře	C - dobře	D - uspokojivě
	E - dostatečně	F -nedostatečně		

Při návrhu klasifikace nedostatečně (F), se doporučuje přítomnost příslušného hodnotitele.