

Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Vedoucí/oponent BP:

Ak. rok:

Lenka Fusková

doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

2011/2012

Téma BP:

E-marketing internetového obchodu 365darku.cz

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	10
2	Splnění cílů práce	8
3	Teoretická část práce	10
4	Praktická část práce (analytická část)	10
5	Praktická část práce (řešící část)	10
6	Formální úroveň práce	9
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		57

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Studentka v úvodní části práce definuje cíl práce. Kvalitě práce by přispělo explicitní rozpracování těchto cílů, stejně jako postup řešení práce a popřípadě použité metody. Již v této části studentka používá neoborných (zviditelnění aj.) termínů, které se pro tento druh práce příliš nehodí. Téma práce je aktuální, náročnost nadprůměrná. Teoretická část je z pohledu obsahu zpracována tak, že vytváří vhodný teoretický základ pro praktickou část práce. Praktická část práce je zpracována kvalitně a profesionálně. Navrhovaná strategie internetového obchodování je správně navrhována, využívá celou škálu možností včetně sociálních sítí. Studentka vhodným způsobem aplikuje poznatky získané studiem na praktické řešení marketingového úkolu. Seznam použitých zdrojů je adekvátní bakalářské práci, zdroje jsou řádně citovány. Celá práce působí vcelku uceleným dojmem, nemám k ní vážnějších výhrad a proto ji hodnotím jako výbornou. Práci studentka pravidelně konzultovala.

Otázky k obhajobě:

1. Na které cílové skupiny se firma 365 darku.cz zaměřuje a jak se to odráží v její komunikační strategii.
2. Jak si v současnosti firma vede ve velmi silné konkurenci dalších e-shopů?
3. Jak se dá vyhodnotit efektivita reklamního působení v internetovém obchodování?

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).



Ve Zlíně dne: 1.5.2012



podpis hodnotitele BP