

## OPONENTSKÝ POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Student:** PAVLA ŠKODÍKOVÁ, DiS. **Oponent:** Ing. Radek Matušů, Ph.D.

Studijní program: **Inženýrská informatika**  
Studijní obor: **Informační technologie v administrativě**  
Akademický rok: **2013/2014**

Téma bakalářské práce: **Reklama na Internetu**

### Hodnocení práce:

|  | A                                   | B                                   | C                        | D                        | E                        | F                        |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Obtížnost zadaného úkolu            | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Splnění všech bodů zadání           | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Práce s literaturou a její citace   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Úroveň jazykového zpracování        | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Formální zpracování – celkový dojem | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Logické členění práce               | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Vhodnost zvolené metody řešení      | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Kvalita zpracování praktické části  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Výsledky a jejich prezentace        | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Závěry práce a jejich formulace    | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. Přínos práce a její využití        | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**A B C D E F**  
Hodnocení:

A – nejlepší; F - nevyhovující

### Celkové hodnocení práce:

Výsledná známka není průměrem výše uvedených hodnocení. Znamku uvede oponent dle svého uvážení dle klasifikační stupnice ECTS:

A – výborně, B – velmi dobře, C – dobře, D – uspokojivě, E – dostatečně, F – nedostatečně.

Stupeň F znamená též „nedoporučuji práci k obhajobě“.

**Předloženou bakalářskou práci doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení**

**A - výborně.**

**V případě hodnocení stupněm „F – nedostatečně“ uveďte do připomínek a slovního vyjádření hlavní nedostatky práce a důvody tohoto hodnocení.**

### Otázky k obhajobě:

V dotazníku chcete osobní názor respondentů na nejúčinnější druh reklamy a osobní zkušenost zda na základě internetové reklamy nakoupili nějaké zboží či službu. V práci však jejich odpovědi většinou interpretujete jako fakt, nikoli jako jejich osobní názor či pocit. Myslíte, že by se mohlo stát, že si někteří respondenti ani nemusí uvědomovat, jaký druh reklamy a zda vůbec na ně nakonec zapůsobil a přiměl je k nákupu konkrétního produktu/služby?

### Další připomínky, vyjádření, náměty k obhajobě práce (možno pokračovat i na další stránce):

- Práce poskytuje velmi dobrý přehled přístupů a forem internetové reklamy.
- Vzorek 244 vyhodnocených odpovědí v dotazníkovém šetření se zdá být dostatečně reprezentativní.

Formální drobnosti:

- Nad grafy jsou zbytečné (a velmi dominantní) nadpisy. K tomuto účelu principiálně slouží popisek pod grafem - informaci není potřeba zdvojit.
- Mohla být sjednocena velká/malá "I" ve slově Internet. Většinou jsou v práci použita velká písmena, ale např. v nadpisu grafu 1 je malé.
- Reklamní agentura, s jejímž managing partnerem jste dělala interview, se jmenuje "Little Greta", nikoliv "Little Greata".
- V textu práce se místy vyskytují až příliš komplikovaná souvětí, která znesnadňují četbu, ale možná je to jen můj osobní dojem.

Celkově je však bakalářské práce na vysoké úrovni a splňuje veškeré body zadání.

Datum 4.6.2014

Podpis oponenta bakalářské práce