



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Adam Závada

Vedoucí/oponent BP:

Ing. Jana Šilhánová

Ak. rok:

2012/2013

Téma BP:

Internetový marketing firmy Tescoma s.r.o se zaměřením na prezentaci a reklamu na internetu

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	6
3	Teoretická část práce	7
4	Praktická část práce (analytická část)	6
5	Praktická část práce (řešící část)	5
6	Formální úroveň práce	5
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		37

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:

Bakalářská práce studenta Adama Závady řeší otázku internetového marketingu. Ve své práci se věnoval internetovému marketingu se zaměřením na prezentaci a reklamu na internetu ve firmě Tescoma s. r. o.

V teoretické práci student podrobně rozebral jednotlivé možnosti v rámci prezentace firem na internetu a definoval význam internetové reklamy a podpory prodeje. V této části vidím prostor pro možnost hlubšího zpracování po stránce formální včetně citací.

Praktická část bakalářské práce je uvedena profilem společnosti firmy TESCOA a její historií. Následně student vytvořil přehled používaných internetových forem marketingu ve firmě, kvantifikoval úspěšnost jejich využívání. Součástí praktické části je rovněž dotazník, který student vypracoval a vyhodnotil.

Cíl bakalářské práce byl splněn.

Otázky k obhajobě:


1. Ve své práci uvádíte, že na základě spolupráce s firmou na www.vseovareni.cz získávají zákazníci body, které následně mohou využít při koupi zboží ze sortimentu značky Tescoma. Můžete blíže objasnit, jak lze konkrétně tyto body využít?
2. Ve své práci uvádíte, že cílovou skupinou firmy jsou ženy ve věku 26-45 let. Myslíte, že by bylo možné navrhnout firmě nějakou internetovou aktivitu, kde by mohly být zapojeny i cílové skupiny jiné?

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP není plagiát.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP. ANO

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

Ve Zlíně dne: 10. května 2013



podpis hodnotitele BP