



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

**Jméno studenta:** Nikola Strašíková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Marketingové strategie vybraných internetových obchodů

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Hana Kunešová, Ph.D.

**Kritéria hodnocení:** (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**výborně**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

V rámci širokého tématu autorka vhodně zúžila cíl práce na analýzu a hodnocení marketingové komunikace vybraných internetových obchodů a návrh opatření k jejímu případnému zlepšení. Cíl práce je v úvodu rozpracován do tří výzkumných otázek. Stanovený cíl byl splněn, odpovědi na výzkumné otázky jsou uvedené v závěru práce.

Práce obsahuje podrobně zpracovaná teoretická východiska, autorka odkazuje na větší počet českých a zahraničních odborných zdrojů. Empirická část práce obsahuje podrobnou analýzu marketingové komunikace pěti vybraných internetových obchodů působících v oblasti kosmetiky. Autorka v této části analyzuje a porovnává velké množství dat, které nasbírala v průběhu 11 měsíců při sledování marketingové komunikace vybraných obchodů. Na základě vyhodnocení a porovnání získaných dat



FAKULTA EKONOMICKÁ  
ZÁPADOČESKÉ  
UNIVERZITY  
V PLZNI

**FAKULTA EKONOMICKÁ**  
**Katedra marketingu, obchodu a služeb**

jsou navržena doporučení pro další rozvoj marketingové komunikace každého z vybraných obchodů. Navržená doporučení jsou zdůvodněná a realizovatelná. Jazykové zpracování a formální úprava jsou výborné.

**Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

Na základě poznatků získaných při zpracování této práce navrhněte deset nejdůležitějších doporučení pro internetové obchody, kterými by se měly řídit ve své marketingové komunikaci.

V Plzni, dne 4. 5. 2018

Podpis hodnotitele