

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Markéta Hanáková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza internetových stránek vybrané firmy

Hodnotitel – oponent: Ing. David Prantl
Podnik – firma: FEK ZČU

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

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

1	2	3	4	N
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená bakalářská práce se zabývá analýzou internetových stránek. V první části práce je až příliš obecně představen marketing. Zde by bylo vhodnější klást větší důraz na UX, obsahový marketing a další témata blízká k webovým stránkám. Z pohledu cílů práce je celá kapitola Marketingové prostředí zbytečná. Praktická část analyzuje webové stránky. Pro zkoumaný obchod je většinou udělen plný počet bodů. Většina bodů je stržena jen za chybějící překlad a logo překryté jiným logem. Na stránkách lze určitě najít mnohem více nedostatků. Celkově je v práci i velmi málo obrázků, které by lépe vystihovaly hodnocené případy. Závěrečná doporučení se opět soustředí hlavně na chybějící překlad a překryté logo. Přidáno je navíc doporučení pro lepší správu sociálních médií, která ovšem v předchozí analýze nejsou zmíněna. Závěry práce jsou tak velmi slabé. Práce nemá odborný přínos pro praxi ani pro teorii. Nevhrhuji hodnotit jako "dobře" až "nevyhověl" dle průběhu obhajoby.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jakým způsobem by se dal v případě obchodu rajdestniku.cz využít content marketing?

Jaká je rychlost podpory na stránkách rajdestniku.cz přes e-mail?

Jaká klíčová slova by měl obchod využívat a kolik lidí je denně hledá např. na Seznam.cz?

Z jakých hlavních důvodů byste raději nakoupila na rajdestniku.cz než na kvalitnidestniky.cz?

V Plzni, dne 2.5.2019

Podpis hodnotitele