

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Petr Gontkovič
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Marketingová komunikace 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 plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Cílem diplomové práce bylo "zhodnotit online marketingovou komunikaci vybraných e-shopů a na základě zjištěných poznatků formulovat doporučení pro další praxi". Tento cíl byl v plné míře splněn. Teoretická část práce je zpracovaná podrobně a obsahuje odkazy na větší počet aktuálních českých a zahraničních odborných zdrojů. Praktická část obsahuje podrobně zpracovanou analýzu marketingové komunikace na internetu dvou vybraných subjektů (Electro World a Electro Planeo). Autor analyzoval velké množství dat, která nasbíral během 11měsíčního sledování marketingové komunikace uvedených subjektů. Analýza je doplněná podrobným shrnutím poznatků, vymezením silných a slabých stránek marketingové komunikace obou subjektů a návrhy vhodných doporučení, doporučení jsou odůvodněná. Text doplňují odkazy na podkapitoly z teoretické části, autor tak vhodně propojil vlastní výzkum s teoretickými východisky. Práce obsahuje větší počet obrázků v textu a přílohách, které názorně ilustrují využívání konkrétních nástrojů marketingové komunikace na internetu. Vzhledem ke svému obsahu a způsobu zpracování je práce

přínosná nejen pro uvedené dvě společnosti, ale i další prodejce, kteří využívají marketingovou komunikaci na internetu.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Shrňte do několika bodů to nejpodstatnější, co by měli prodejci ve své marketingové komunikaci na internetu sledovat a čeho by se naopak měli vyvarovat.

V Plzni, dne 5. 8. 2020

Podpis hodnotitele