

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Návrh obsahové strategie webových stránek s využitím nástrojů internetového marketingu

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jméno studenta:** Neuwirthová Monika

**Oponent práce:** Doc. Ing. Zdeněk Linhart, CSc.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	<b>X</b>
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	<b>X</b>
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	<b>X</b>
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	<b>X</b>

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

U literatury a práce s ní je uvedeno hodnocení "nedostatečně využité" proto, že seznam primárních zdrojů má 4 položky a k nim se přidává 9 položek, které jsou na seznamu knih a časopisů. V reálu není citován žádný vědecký časopis. Proto autorka ještě neviděla, jak uspořádat metodiku šetření, aby výsledky byly prokazatelné. Seznam tabulek není uveden, zřejmě proto, že byla použita pouze Tabulka 1 straně 42, ale text se odkazuje na tabulku jedenáctkrát. To zřejmě proto, že ostatní tabulky jsou označeny jako obrázky - cituji "Výstupní kontingenční tabulka zobrazená na obrázku 10 zahrnuje ...". Komentáře k zobrazení obsahu webu - cituji "Nadpisy H2 a H3 jsou v poměru ku stránce až příliš velké a na webu se tak téměř nevyskytují. Rozhodně je prostor pracovat více alespoň s nadpisy H4–H6, které mohou napomoci k dosažení větší přehlednosti textu" - konec citace, je určena subjektivně bez vazby na marketing a metodiku práce. Těžiště práce by zřejmě mělo být ve zpracování klíčových slov. Ovšem statistika variability reakcí návštěvníků není dovedena do spolehlivých ani ověřitelných závěrů. Srovnání mezi weby "bdo.cz/, nntb.cz, tx.cz a speeki.com" není uvedeno v metodice a podklady k hodnocení komentovaného srovnání větou "Kampaň si navíc velmi dobře vedla i ve srovnání s konkurencí jako byl web nntb.cz, tx.cz speeki.com" nejsou uvedeny v textu kapitoly výsledky. Proto není možné posoudit, zda weby lze srovnávat. Úvahy typu "Pokud bychom tedy chtěli vytvořit větší množství vstupních stránek a tematiku členit, je opět vhodné vycházet z původní kontingenční tabulky a dělit GDPR na oblasti, které rozepsány na obrázku číslo 10" nelze hodnotit, protože odkaz na tabulku není číselný, a která z výše komentovaného zmatečného označení tabulek byla původní nelze spolehlivě zjistit. Slovo "by" se v textu vyskytuje 176 krát. Takto časté používání podmiňovacího způsobu demonstruje, že nic nebylo prokázáno, a proto se spekuluje. K hodnotitelným výsledkům patří - cituji "Dle výsledků průzkumu e-mailingových kampaní je průměrná míra prokliku okolo 2,6 %, v e-mailingových kampaních v profesionálních službách v oblasti financí je to potom 2,7 %." Použití desetiny procenta rozdílu mezi komparovanými alternativami je bez dalšího zpracování dat obtížně obhajitelné. Navíc nad citovanou větou je uvedeno "- průměrná míra prokliku (CTR) – 11,15 %", tedy nikoliv 2,6 % či 2,7 %, jak uvádí citovaná věta. S ohledem na citované komplikace s interpretací textu při absentující metodice práci nedoporučuji k obhajobě. Cíl "optimalizace jednotlivých nástrojů online marketingu navrhnout konkrétní opatření" považuji za nesplněný, protože se v textu převážně opakují, nikoliv optimalizují, údaje z analytiky. Autorka v závěru práce hodnotí výsledek optimalizace takto: "Odstranění nalezených nedostatků a implementace navrhovaných postupů". To znamená, že nedokáže zopakovat hlavní nedostatky, hlavní návrhy ani postup jejich zavádění tak, aby doložil finanční efekt nad úrovní spotřebovaných nákladů. Autorka identifikovala příčinu výše uvedených problémů ve větě - cituji "Nikdo bohužel neví, jakým způsobem přesně funguje algoritmus, na základě kterého vyhledávače hodnotí webové stránky. Nelze tedy s jistotou určit, jak velké budou přínosy realizace navrhovaných úprav." Tato věta je zopakována i na konci závěru. Závěry "zjištěny určité nedostatky, které lze optimalizovat" jsou původní s platností pro sledovaný případ. Zobecnění závěrů pro další výzkum nebo aplikaci v praxi nebylo provedeno.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vysvětlete, kde jsou data k větě "Kampaň si navíc velmi dobře vedla i ve srovnání s konkurencí jako byl web nntb.cz, tx.cz speaki.com", prosím.

**Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Proč bylo analyzováno jako klíčové slovo zkratka "GDPR"?

**Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

Které klíčové výrazy - cituji "zatím nemají vstupní stránky a nejsou na webu zatím postihnuty"?

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	
	nedoporučuji k obhajobě	<b>X</b>

**Datum:** 10.05.2022

\_\_\_\_\_  
**Podpis oponenta práce**