

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketing internetového obchodu

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Rákosníková Kristýna

Oponent práce: Ing. Olga Kutnohorská, Ph.D.

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

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Cílem práce je vyslovit doporučení v oblasti logistiky zboží, distribuce objednávek a služeb spojených s nákupem v internetovém obchodu s kosmetikou, z porovnávaných e-shopů Douglas, Sephora a Rituals. Cíl práce se podařilo naplnit. Struktura práce odpovídá zadání. Teoretická část se soustředí na problematiku internetového obchodu. Z obsahového hlediska je rešerše ucelená a dostatečně pokrývá řešené téma, po formální stránce však vykazuje množství zásadních nedostatků. Autorka zde cituje zdroje pouze formou přímých citací, kterých je díky tomu v textu příliš mnoho. Převážnou část teoretické části tvoří souvislý text bez uvedení jakéhokoliv zdroje. Poslední kapitoly jsou dokonce prokládány vlastními úvahami autorky, u Tab. 1 je jako zdroj uveden „vlastní výzkum“, u Obr. 1 zdroj chybí, apod. Podstata multikriteriální analýzy, která (i podle názvu práce) představuje stěžejní použitou metodu, je v metodice popsána velmi vágně. Analytická část se nejprve věnuje popisu výše zmíněných internetových obchodů, následně se zabývá jejich technickým řešením a prezentuje výsledky průzkumu mezi zákazníky. Další kapitoly popisují a hodnotí stávající marketingové aktivity internetových obchodů, v poslední je uvedena multikriteriální analýza. V metodice na str. 19 autorka uvádí, že „Tyto internetové obchody budou porovnány na základě kritérií, jimiž jsou Distribuce objednávek, Služby a Vracení zboží.“, v analytické části jsou však využita kritéria „Cena dopravy, Kurýrní společnost, Doba dodání, Nadstandardní služby, Způsob vrácení“. Následná doporučení jsou však podrobně rozpracovaná a podložena závěry vlastního výzkumu. Práce je doplněna řadou relevantních příloh. Seznam literatury má dostatečný rozsah, obsahuje formální chyby. Práci doporučuji k obhajobě, ke zvážení komise dávám závažnost nedostatků ve formálním způsobu zpracování především teoretické části.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak jste stanovila kritéria pro multikriteriální analýzu? Proč jste vybrala právě tato? Na základě čeho jste stanovila váhy kritérií?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jakým způsobem byl pilotován v práci použitý dotazník?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 10.01.2023

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz