



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Jan Valtr

**Název práce:** Podpora a optimalizace e-podnikání fitness center

**Autor posudku:** Ing. Jiří Ansorge

**Cíl práce:** Analýza využívání internetového marketingu fitness centry v České republice.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	1	2	3	4
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Díličí připomínky a náměty:

U kapitol 3.1 až 3.6 bych doporučil jiné uspořádání a vhodnější názvy kapitol.

Špatné číslování podkapitol v kapitole 3.7. Kapitoly "Optimalizace webové prezentace z pohledu vyhledávače" a "Optimalizace z pohledu zákazníka", bych vložil do samostatné kapitoly. U vlastního zdroje by bylo vhodnější použít například "vlastní

zpracování", než pouze "autor". U grafů by měla být popsána horizontální osa, i když lze odvodit z názvu a popisků dat.

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

V teoretické části práce se autor věnuje historii internetu a internetového marketingu. Plynule přechází k podpůrným nástrojům internetového marketingu, jako jsou CRM systémy, reklama na internetu a popisuje různé druhy komunikačních kanálů se zákazníky.

V praktické části autor provedl dotazníkové šetření se zaměřením na fitness centra. V rámci dotazníkového šetření se autor soustředil především na využívání internetového marketingu (možnosti propagace na internetu, SEO optimalizace atd.) a komunikaci se zákazníky.

Kladně hodnotím kontaktování potencionálních respondentů více komunikačními kanály (telefon, email a osobní dotazování). Samotná distribuce dotazníku již probíhala výhradně přes email.

Především v praktické části prokázal autor, že mu je dané téma blízké a získal širší povědomí o stavu internetového marketingu u konkurence, což může využít při návrhu internetové prezentace u rodinného fitness centra.

### **Práci doporučuji k obhajobě.**

#### **Otázky pro diskusi:**

Zkuste se zamyslet, jaké další výhody/nevýhody může přinést využívání e-podnikání v oblasti fitness center?

Co si myslíte o projektu virtuálního fitness trenéra, kdy Vám cvičební a stravovací plán vygeneruje počítač? Předstávala by imlementace tohoto řešení výhodu nebo nevýhodu pro stávající fitness centra? A proč?

**Navržená výsledná známka: velmi dobře**

V Hradci Králové, dne 13.května 2015



---

**podpis**