



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Bc. Renata Chaloupská

Název práce: Online marketing středního podniku

Autor posudku: doc. Ing. Václav Janeček, CSc.

Cíl práce: „Cílem této práce je zmapovat online marketingové činnosti společnosti MALINA-VRŠE s. r. o. Podstatou práce je zjistit, které online reklamy přinášejí firmě užitek a které je naopak vhodné omezit.“

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Výsledkem antiplagiátorské kontroly je konstatování 0% shody se srovnávanými texty.

Dílčí připomínky a náměty:

Hlavní připomínka se váže k rozsahu textu, který by při přepočtení na „normostrany“ přesáhl počet 100 stran. Autorka to „maskuje“ volbou menšího písma. V textu se objevuje velký počet zkratk, seznam zkratk není zpracován. Je pravdou, že většinou jsou zkratky vysvětleny v textu při prvním použití, ale není tomu tak vždy. Například zkratka KPI je využívána od s. 2, její vysvětlení jsem zachytil na s. 24.

Vzhledem k tématu je nezbytné využívat anglické termíny, ale v některých případech to vyznívá zbytečně a neprospívá to stylistické úrovni textu. Například na s. 21 je nadpis 3.9.2. *Určení person*, zřejmě má autorka na mysli cílovou skupinu.

Autorka používá velmi často formulaci „investice do webů“, resp. do jiných komunikačních prostředků, byť to z hlediska účetnictví a finančního řízení jsou spíše náklady na tyto komunikační kanály. Investice je zpravidla spojována se vznikem dlouhodobého majetku, to ale ve většině uváděných situací nenastane.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Přes uvedené kritické poznámky je celkově práce napsána solidně. Práce obsahuje kvalitativní studii činnosti vybraného podniku ve vybrané oblasti reklamy. Vzhledem k tomu, že se zabývá zvláště jednotlivými středisky podniku a bere v úvahu všechny hlavní online marketingové aktivity, dostává velké množství faktografických podkladů, které je obtížné přehledně zpracovat.

Svoje závěry formuluje v části 6.4 *Vyhodnocení obratu v závislosti na investicích*, ve které dává do vztahu vynaložené prostředky na online marketing v různých podobách a změny velikosti obratu. Z toho vyvozuje efektivnost či neefektivnost výdajů na tu kterou online marketingovou aktivitu.

Autorka prokázala schopnost samostatně řešit složitou problematiku.

Mohu konstatovat, že diplomantka cíl své práce splnila, získané poznatky a závěry jsou použitelné v podnikové praxi.

Otázky k obhajobě:

Může autorka vyloučit, že zvýšení obratu není zapříčiněno jinými faktory než právě zvýšením výdajů (investic) do online marketingu?

Který z použitých klíčových indikátorů považuje autorka za nejdůležitější z hlediska podnikového řízení?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 29. srpna 2018

podpis