



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Bc. Tomáš Havlíček

Název práce: Eye tracking v marketingu

Autor posudku: Ing. Tomáš Nacházel, Ph.D.

Cíl práce: Cílem práce je teoreticky pojednat o problematice výzkumné metody eye-tracking v marketingovém výzkumu a provést vlastní výzkum v této oblasti.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Vymezení cíle a jeho naplnění	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Zpracování teoretických aspektů tématu	☐	☐	☐	☒	☐	☐
Zpracování praktických aspektů tématu	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Hloubka a správnost provedené analýzy	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Práce s literaturou	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Logická stavba a členění práce	☐	☒	☐	☐	☐	☐
Jazyková a terminologická úroveň	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Formální úprava a náležitosti práce	☒	☐	☐	☐	☐	☐
Vlastní přínos studenta	☐	☐	☒	☒	☐	☐
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	☐	☒	☐	☐	☐	☐

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Výsledek antiplagiátorské kontroly je 11 % celkové podobnosti. Úseky vyznačené kontrolou nejsou problematické, ale poukázaly na práci v týmu, která v textu není nijak reflektována (viz. připomínka).

Díličí připomínky a náměty:

Autor se až příliš detailně věnuje biologické stránce vidění, která dle mého příliš nepřispívá zkoumanému tématu (minimálně mohla být výrazně stručnější než na cca 15 stran).

Naopak tomu stěžejnímu – eye-tracking v marketingu – se autor věnuje pouze na 3 stranách a odkazuje se zde pouze na 3 zdroje. Přičemž z jednoho z nich autor čerpá data o tom, jak je toto téma poslední dobou populární a že existuje mnoho článků, které se jím zabývají. Měla tedy následovat rozsáhlá kapitola zmiňující tyto zdroje – čím se autoři zabývali, jak to řešili, jaké jsou v této oblasti problémy a tak podobně. Místo toho jsou jedné z nejzásadnějších částí teoretické části věnovány pouze 2 odstavce.

I další kapitola 6 Pojem atmosféry v obchodním prostředí, která je pro práci také stěžejní, je poněkud stručnější (5 stran), ale je zde mnohem více zdrojů a celkově kapitola působí uceleněji než ta předchozí.

Experiment byl proveden v týmu, ale v textu o tom nikde není ani zmínka. Praktická část působí jako vlastní samostatná práce studenta. Výsledky experimentů jsou ale naprosto totožné s výsledky bakalářské práce studenta Lukáše Holíka obhájené minulý rok pod stejným vedoucím práce (<https://theses.cz/id/10atmo/STAG100477.pdf?info>). Lze předpokládat, že studentů na výzkumu pracovalo i více, protože v průběhu posledních 8 let prof. Franěk totožné téma přidělil 12 různým studentům. Přestože analýza zkoumá stejné hypotézy a vypadá velmi podobně, věřím, že studenti analýzu provedli každý zvlášť samostatně a nejedná se o plagiátorství. I tak si ale myslím, že měli přiznat, že vykonání experimentu nebyla jejich samostatná práce (nepřiznal to ve své práci ani student Holík). Použití množného čísla u akademických textů je běžná praxe a určitě samo o sobě nestačí k vyjasnění, co je studentova vlastní samostatná práce a co není. Není tedy možné snadno zhodnotit vlastní přínos studenta – pro hodnocení v rámci posudku budu předpokládat, že experiment byl týmovou prací a hlavním přínosem této práce je analýza dat z tohoto experimentu.

Samotný výzkum je zajímavý a originální. Byť mám pochybnosti o realističnosti chování účastníků v experimentálním prostředí, kde museli nehnutě sedět u obrazovky, byli informováni o hudbě předem, museli si nasadit sluchátka (místo aby to byl jen podkres v pozadí) a hlavně cenu museli určovat sami místo toho, aby se rozhodovali o nějaké již stanovené ceně. Každopádně výsledky, nalezené souvislosti a rozdíly mezi skupinami jsou i tak statisticky významné a v marketingu určitě využitelné.

Práce sice obsahuje několik překlepů a neobratných formulací (např. str. 3 „více jak“ + chybějící čárka, str. 11 „po té“, str. 42 „ne dosti dostatečně řešený problém“ + „v rámci kontrolní podmínky“ asi mělo být „skupiny“, atd.). Celkově je však jazyková úroveň dobrá.

V tabulce 4, která řeší závislosti pro tvorbu ceny červeného vína je na druhém řádku položka „Mám rád bílé víno“. Nevím, jestli jde jen o chybu popisku, nebo to znamená, že cenu červeného vína pozitivně ovlivňuje, když má subjekt rád bílé. (To samé i v tabulce 6 u šampaňských)

U několika (hlavně online) zdrojů v seznamu použité literatury chybí autoři. Když už pod daným textem nejsou podepsáni konkrétní osoby, tak tam lze vložit alespoň společnost nebo autory webu. Někde jsou autoři uvedeni až po názvu zdroje.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Autor se ve své diplomové práci zabýval využitím technologie eye trackingu v oblasti marketingu, konkrétně vlivem hudebních podnětů na vnímání ceny vína.

V teoretické části autor podává až příliš podrobný popis anatomie zrakového ústrojí. Poté následuje nedostatečně zpracovaná kapitola o stěžejním tématu, po kterém je práce i pojmenovaná, kde se tedy autor měl rozhodně rozepsat více. Následně autor přechází k vysvětlení marketingového kontextu a role hudby ve vnímání produktu. Autor v této části využil dostatečný počet relevantních zdrojů.

V praktické části autor představuje experiment, který byl velmi pečlivě připraven a proveden, ale vše nasvědčuje tomu, že na experimentu pracovalo více studentů, což v práci není nikde reflektováno. Autor provedl důkladnou a přehlednou statistickou analýzu výsledků experimentu.

Práce je strukturována logicky a přehledně. Téma a cíl práce odpovídá oboru Datová věda. Autor i přes výhrady splnil vytyčené cíle práce. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

- 1) Zdá se, že na stejném tématu a experimentu pracovalo více lidí. Můžete ujasnit, které části byly vaší vlastní samostatnou prací a u kterých jste spolupracoval s kolegy?

- 2) Myslíte, že způsob vykonání experimentu (osamocené sezení u obrazovky ve strnulé pozici, aby fungoval eye-tracking, tvoření vlastní ceny místo rozhodování o již stanovené ceně a upozornění na hudbu a její spuštění přímo před experimentem do sluchátek místo, aby po celou dobu jen hrála v pozadí) může ovlivnit výsledky oproti nákupu vína v realističtější situaci? Pokud ano, jak výrazně?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 14. května 2025



podpis