



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tomáš Havlíček

Název práce: Eye tracking v marketingu

Autor posudku: Pavel Bachmann

Cíl práce: Posoudit možnosti využití eye trackingu v marketingu

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

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Softwarem zjištěná podobnost je 16 %, nicméně vymezené podobnosti byly ověřeny a práce nevykazuje známky plagiátu.

Díličí připomínky a náměty:

Předložená bakalářská práce Tomáše Havlíčka se zaměřuje využití eye trackingu v marketingu, je zpracována v rozsahu 52 stran (včetně příloh).

Teoretická rešerše mohla být zpracována výrazně lépe, zejména pokud již existují předchozí podobné práce (viz například Marvan (2013)) a literární zdroje popisující nejen problematiku eye trackingu, ale také jeho využití v marketingu.

Cíl práce je sice vymezen vícekrát (v kapitolách úvod a cíl práce) nicméně jeho formulace je příliš obecná, jasněji specifikované výzkumné otázky schází.

Obsahově je práce dostatečná, hlavní výzkumnou metodou je experiment provedený na vzorku 44 osob ve třech hlavních scénářích (fiktivní e-shopy s čepicemi, hodinkami a

brýlemi) se zaměřením na rychlost a úspěšnost naplnění zadaného úkolu. Za přínos považuji detailní popis podmínek, za kterých byl experiment prováděn a výsledků jednotlivých scénářů. Naopak slabší stránkou práce je již zmíněná absence zacílení.

Z formálního hlediska je práce na relativně dobré gramatické a stylistické úrovni. Za nevhodné považuji používání hovorové češtiny („na první dobrou“, s. 24) či nepřesné užívání termínů („cestovní ruch“ namísto management cestovního ruchu).

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Přes zmíněné nedostatky konstatuji, že autor prokázal schopnost zpracovat zadané téma. Práce je v určitých ohledech originální a má praktický přínos. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Proč jste si jako hlavní zkoumané proměnné vybral rychlost a úspěšnost splnění úkolu? Není z marketingového hlediska naopak vhodnější, když zákazník produkt sleduje déle?
2. Které další proměnné by bylo vhodné sledovat?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 9. května 2022

podpis