



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Jan Horák

Název práce: On-line marketing firmy SoftGate, s.r.o.

Autor posudku: Pavel Bachmann

Cíl práce: Vybrat dostupné on-line marketingové nástroje, zrealizovat konkrétní kampaň, tím zvýšit návštěvnost stránek firmy a poptávku po firemních produktech.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	A	C	E	F
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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dílčí připomínky a náměty:

Předložená bakalářská práce autora Jana Horáka je zaměřena na zajímavou problematiku digitálního marketingu aplikovaného v konkrétní firmě. Závěrečná práce je zpracována v rozsahu 65 stran (včetně příloh).

K práci mám následující dílčí připomínky:

- Cíl práce by měl být popsán přesněji. Zároveň by autor práce měl přesněji oddělit práci vlastní, od práci vykonané danou firmou. Z popisu v metodice není například jednoznačné, kdo je autorem změn webových stránek.
- Teoretická část je zpracována obsahově celkem zdařile. Počet zdrojů je dostatečný (32 odkazů), pozitivně lze hodnotit, že autor zahrnul i výsledky jiných závěrečných prací na podobné téma.
- Výzkumná část bohužel trpí nevyjasněnými cíli a metodikou. Přesto lze usuzovat, že autor uskutečnil takovou analýzu a návrhy, které jsou pro dotčenou firmu přínosem.

Obsahově lze práci považovat za přínosnou pro danou vzdělávací společnost. Formálně neshledávám výraznější chyby.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Celkově lze práci považovat za zdařilou a pro danou firmu přínosnou. Z hlediska vymezení cíle a metodiky však některé části textu mohou působit zmatečně. Přes tyto nedostatky práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. V práci jste identifikoval několik marketingových nedostatků a navrhl zlepšení. Domníváte se, že se jedná o problémy specifické pro danou společnost, nebo je možné tyto problémy zobecnit na nedostatky marketingu vzdělávacích institucí? Jaké výsledky poskytují obdobné studie na toto téma?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B - výborně-velmi dobře

V Hradci Králové, **dne** 16. května 2016

podpis