



## POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Pechar Pavel  
**Název práce:** Digitální marketing firem  
**Autor posudku:** Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA. Ph.D.  
**Cíl práce:** Analyzovat webové stránky v oblasti bankovníctví.

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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"/>	<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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Anti-plagiátorským systémem v případě posouzení uvedené práce nevykázal žádnou shodu, proto lze konstatovat, že práce je zcela v souladu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací.

### Dílčí připomínky a náměty:

Teoretická východiska jsou zpracována na zcela základní úrovni, např. koncept 4P rozhodně nebude odpovídat konceptu, který budou v praxi banky uplatňovat. K jejich činnosti totiž patří i další, rozvíjející prvky P mixu, které představují dokonce podstatu jejich činnosti. Tím student opomíjí celou řadu nástrojů marketingu. Oblast digitálního marketingu je celkově nepropracovaná a věnuje se jen dílčím tématům.

V praktické aplikaci provedené šetření je realizováno subjektivním hodnocením, což je rovněž adekvátní výzkumná metoda, nicméně postrádám, že by tento výzkum byl proveden dostatečně názornou formou, např. s uvedením grafické podoby srovnávaných stránek, či zobrazení částí, které jsou cílem výřez, nebo naopak kladného hodnocení. Čtenář práce, včetně hodnotitelů nemají možnost provést vlastní subjektivní srovnání.

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

Teoretická část práce je značně nesouměrná, obecnější východiska student předkládá v nejužší možné podobě, zatímco v detailech překračuje daleko za obecnými východisky vytýčené oblasti a tím se v mnoha případech ztrácí logické souvislosti jeho výkladu. U detailně zpracovaných částí je třeba ocenit, že se student věnuje skutečně aktuálním nástrojům a strategiím.

Praktická část práce je založena na provedení výzkumu sektoru bankovních institucí vybraných dle žebříčku CE Top 500, kdy byly pro výzkum využity vždy 4 největší banky v zemích Visegrádské čtyřky. Student provedl vyhodnocení využití nástrojů digitálního marketingu u těchto bank a na základě zjištění řešil výzkumné otázky. Provedenému výzkumu lze vytknout minimální názornost pro čtenáře práce.

Závěry práce představují shrnutí poznatků praktické části a souhrn subjektivních doporučení vytvořených studentem na jejich základě. Student tak učinil formou zodpovězení výzkumných otázek. Naopak nebylo provedeno celkové srovnání mezi bankami. Cíl práce byl studentem naplněn.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Která ze zkoumaných bank prošla hodnocením jako nejúspěšnější a která naopak měla výsledky nejhorší?
2. Liší se například kvalita různých jazykových verzí webových stránek bank, nebo jsou stránky totožné?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: C**

**V Hradci Králové, dne 16. května 2019**

---

podpis