



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Jan Schneider

Název práce: Digitální marketing bankovních institucí.

Autor posudku: doc. Ing. Hana Mohelská, Ph.D.

Cíl práce: Analyzovat současnou situaci digitálního marketingu významných evropských firem.

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 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 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 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

10 % shoda. Kontrola uvádí 91 použitých zdrojů, u nichž je shoda menší jak 5 %. V práci některé internetové zdroje nejsou zaznamenány.

Dílčí připomínky a náměty:

Práce vykazuje nepřesnosti formulace cíle práce. Cíl práce analyzovat současnou situaci digitálního marketingu deklarovaný v Podkladu pro zadání BP je jiný než v kapitole 1 (významné evropské firmy x vybrané bankovní instituce) a v kapitole 3.2 na str. 47 je třetí varianta cíle práce – zjistit a porovnat implementaci standardu Webu 2.0 ve vybraných webových stránkách **centrálních evropských bank** z databáze CE 500 vypracované v roce 2016. Je důležité si uvědomit, že Evropská centrální banka (ECB) je **centrální bankou** 19 zemí Evropské unie, které přijaly euro. Jejím hlavním úkolem je udržovat cenovou stabilitu veurozóně a tak zachovat kupní sílu jednotné měny. V anotaci je cíl práce formulovaný „*analyzovat současnou úroveň digitálního marketingu vybraných bankovních*

institucí ...pro výzkumný vzorek bylo vybráno 20 bank střední a východní Evropy z databáze CE 500“. měny.

Práce vykazuje interpunkční chyby – např. na str. 7 poslední odstavec: „Bakalářská práce, si dává za cíl...“

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Předložená bakalářská práce se věnuje zkoumání úrovně digitálního marketingu vybraných bankovních institucí za použití různých metod pro shromažďování informací a statistik. Data jsou získána prostřednictvím obsahové analýzy webových stránek vybraných firem a na využití základních stavebních prvků digitálního marketingu. Pro výzkumný vzorek bylo vybráno 20 bank střední a východní Evropy z databáze CE 500. Společnosti jsou analyzovány v oblastech: použitelnost webových stránek, funkčnost domovské stránky, obsahová podpora, navigace, formuláře, návrh stránky a vizuální design. Bylo zjištěno, že banky s obratem vyšším než 200 milionů euro kladou větší úsilí na grafický design, který je uživateli příjemný na pohled a působí profesionálně. Banky s nižším obratem spoléhají na jednodušší layout prvků a orientaci návštěvníka. Obě zkoumané skupiny bank vlastní dobře navržené a často aktualizované moderní webové stránky často propojené se sociálními médii

Za hlavní přínos práce se dá považovat provedená analýza.

Cíl práce s ohledem k dílčí připomínce výše byl naplněný.

Práce je v souladu s Výnosem děkana 1/2000 ve znění posledních úprav ze dne 12. 1. 2011.

Otázky k obhajobě:

Na str. 13 uvádíte, že „...digitální marketing má i svoji řadu nevýhod. Mezi nejčastější patří také skutečnost, že všichni nejsou online“. Mohl byste uvést aktuálnější informaci a popsat, jestli ve srovnání s údajem z roku 2015 se situace zlepšuje?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 29. srpna 2018

podpis