

**POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Věrnost e-shopu se šperky

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Kulová Karolína

**Vedoucí práce:** Doc. Ing. Zdeněk Linhart, CSc.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	<b>X</b>
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	
	Postačující množství	<b>X</b>
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	<b>X</b>

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

**Další hodnocení:**

Věta závěru - cituji "Společnost hodlá nadále vyžívat nový koncept spolupráci s influencerkami, který autorka vymyslela. a praktikovala, jelikož oproti předchozímu konceptu spolupráci je tento pro společnost mnohem výhodnější" konec citace - ukazuje, proč byla komunikace s autorkou práce ve 111 vyměněných mailech velmi obtížná. Autorka je agresivní podnikatelkou a s touto orientací je spojeno vše vsadit na jednu alternativu. Tento postoj není neobvyklý ani odsouzeníhodný. Patří k profesi. Proto vyšlo, že než zdokonalovat úspěšnost kampaní na Google tak jak to dělá hodně firem, bude lepší si na propagaci někoho najmout. Autorka využila "influencerů", kteří ve srovnání s agenturami pro marketingovou komunikaci za nízkou cenu dodávají relativně vysokou kvalitu ovlivnění zákazníků na internetu. V závěru jsem se dočetl, že - cituji " Jako další bylo společnosti doporučeno, zajistit kvalitního grafika a copywritera, kteří předělají celkovou strukturu webových stránek. Na základě tohoto doporučení společnost skutečně předělala celkovou grafickou strukturu e-shopu a momentálně shání už jen copywritera, který se postará o textovou strukturu e-shopu" - konec citace, což má dokázat, že v práci objevené objednávaní odborníků, kteří prodávají svou práci lacino je opakovatelně použitelné při rozkládání investičního rizika. K práci se tímto komentářem stavím více jako oponent, než jako její vedoucí ne proto, že bych nevedl - viz 111 mailů, ale proto, že že postoj oponenta kontrastem lépe charakterizuje výsledky práce a podnikatelské zkušenosti autorky v třídění lidí na ty, kteří jsou laciným zdrojem její přidané hodnoty a ty ostatní.

**Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

Kolik pozvánek na společenskou akci dostanou vítězové instagramové soutěže, a proč se rozhodnou přijít právě na tu, kterou pořádá firma autorky - viz poslední odstavec kapitoly závěr?

**Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Neuvažuje autorka o vypsání vlastní soutěže k výběru dodavatelů s nízkou cenou a vysokou jakostí? Jaké zadání by taková soutěž měla mít?

**Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

Co bylo příčinou neefektivity provedené kampaně na Google Adwords?

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

**Datum: 26.07.2020**

---

**Podpis vedoucího práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz