



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Markéta Hanušová

**Název práce:** Vytvoření a aplikování elektronické knihy jako marketingového nástroje k internetovému projektu

**Autor posudku:** Václav Zubr

**Cíl práce:** Cílem této práce je tvorba a aplikování elektronické knihy jako marketingového nástroje na internetovém trhu. Výzkumné otázky jsou „Jaký dopad mělo spuštění elektronické knihy na portál iOdhadce.cz“ a „Jaká opatření napomůžou zvýšit klientelu?“.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce byla vyhodnocena v systému Odevzdej.cz s celkovou podobností o %, práce je originálním dílem autorky a ve vlastním textu práce se nevyskytují shodné pasáže.

### Dílčí připomínky a náměty:

Práce je logicky členěna. Teoretická část práce uvádí základní pojmy, které jsou k pochopení dané problematiky potřebné. V teoretické části se autorka věnuje především marketingové komunikaci obecně a dále podrobněji marketingové komunikaci na internetu, rovněž jsou představeny jednotlivé typy e-knih. Teoretická a praktická část práce jsou dostatečně zastoupené. Citovaná literatura je v souladu s tématem. Autorka uvádí v seznamu literatury celkem 30 citací, reálně jich je však méně, jelikož jsou některé knihy uvedeny vícekrát kvůli citování informací z konkrétních stránek (např. zdroje č. 3 a 5; č. 6, 11, 14, 22 a 23; č. 1 a 16; č. 25 a 26).

Cíl práce je stanoven ve vlastní práci, avšak vzhledem k roku zadání této práce a přechodu na elektronické schvalování témat prací došlo nejspíše k částečnému nepřekopírování zadání práce.

V praktické části autorka odpovídá na dvě výzkumné otázky zaměřené na dopad spuštění e-knihy na portál iOdhadce.cz a dále na možná opatření, která by mohla zvýšit klientelu. Data studentka získala prostřednictvím Google Analytics a řízených rozhovorů s jednatelkou firmy.

Mezi jednotlivými odstavci je nestandardně zařazena mezera. U některých grafů je uveden název dvakrát (uvnitř grafu a v popisu grafu).

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

Práce jako celek je dobře čitelná, splnila stanovený cíl a pro vybranou společnost může být přínosná. Autorka správně interpretovala získané výsledky s ohledem na teoretické poznatky k dané problematice. Práce je dle mého názoru v souladu s požadavky na bakalářskou práci, a proto ji doporučuji k obhajobě.

#### **Otázky k obhajobě:**

1. Jako odpověď na druhou výzkumnou otázku uvádíte několik opatření, která by pomohla firmě navýšit klientelu. Která z nich chce firma do budoucna realizovat (např. plánuje se přijetí pracovníka zaměřeného na marketing apod.)?

2. V práci píšete o facebookových stránkách iOdhadce a poměrně malém množství osob, které tyto stránky sledují. Jaký je postoj společnosti k placené propagaci příspěvků na sociálních sítích?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: A**

**V Hradci Králové, dne 14. května 2020**

---

**podpis**