



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Dlask Jaroslav
Název práce: Digitální marketing
Autor posudku: Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA. Ph.D.
Cíl práce: Analyzovat a popsat metody digitálního marketingu.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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.

Dílní připomínky a náměty:

Teoretická část práce je rozpracována dostatečně. Jedinými oblastmi, které by zasloužily podrobnější rozpracování, jsou oblasti marketingového výzkumu, dotazování a způsobu jejich vyhodnocení. Díky tomu lze konstatovat, že i zpracovaný dotazník nevyužil dostatečně potenciál realizovaného dotazování a tím je i práce ochuzena o žádoucí specifické analýzy.

Praktická část zpracována kvalitně, ale je ovlivněna realizovaným dotazováním, které je značně zjednodušené, a soustředí se spíše popisným a nikoliv analytickým směrem. Student zjistil pouze základní poznatky ve vztahu k nástrojům digitálního marketingu.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce je z pohledu digitálních nástrojů marketingu zpracována dostatečně podrobně. Student se ovšem nedostatečně věnuje hodnotícím nástrojům marketingu, zejména ve vztahu k prakticky realizovanému dotazování. To se částečně projevilo již na tvorbě dotazníku.

Studentem provedené vlastní dotazování v rámci zpracování praktické části je zaměřeno na vyhodnocení vztahu uživatelů k jednotlivým formám marketingu a jejich vnímání. Nezkoumá však dopady či vlivy z pohledu zadavatele či vlastníka a provozovatele konkrétního marketingového nástroje.

Vyhodnocení dotazování je provedeno přehledně a dostatečně názorně. Závěrečné vyhodnocení a doporučení tento nedostatek částečně kompenzují a sumarizují vhodné digitální nástroje marketingu alespoň podle věku cílové skupiny. Závěrečná přehledová tabulka představuje nejzásadnější zjištění učiněná studentem.

Závěry práce podávají ve výsledku zajímavý přehled o vnímání digitálního marketingu a jsou ve své zjednodušené podobě dobrým vodítkem zejména v případě, že se firma rozhodne pro užívání těchto nástrojů poprvé, aby se vyvarovala zcela zásadních chyb. Cíle práce byly studentem nepochybně naplněny.

Otázky k obhajobě:

1. Co lze považovat za nejužívanější digitální marketingové nástroje v současnosti a zároveň nejlépe vnímané cílovými skupinami?
2. Co lze považovat za nejméně efektivní a nejhůře vnímaný nástroj digitálního marketingu?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 13. května 2019

podpis