

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

Jméno studenta: Štěpánka Šebestová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Elektronický obchod B2C v České republice

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik – firma: Ekonomická fakulta ZČU v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cíl práce je uveden v úvodu práce. První dvě kapitoly vymezují základní pojmy a uvádí nás do problematiky B2C e-commerce s využitím relevantní zejména české literatury, ale jsou zde i odkazy na materiály OECD. Určitě je správné, že si autorka vymezila základní výhody a nevýhody z pohledu hlavních aktérů. V kapitole 3 na s. 20 je s využitím dat ČSÚ a APEK prezentován vývoj B2C e-commerce v ČR.

Potom autorka vložila dvě kapitoly, které nás stručně informují o vybraných oblastech marketingu na internetu.

Od s. 33 v kapitole 6 najdeme popis zvolené firmy ZOOT, která je známým subjektem v oblasti B2C v ČR. Autorka popisuje některé aktivity, filosofii firmy, také logo atd. Podstatné sdělení k e-shopům je na s. 38 v podkapitole 6.4 a je správné, že to zde autorka uvedla. E-shopů je v ČR mnoho a konkurence je vysoká. ZOOT má svá specifika a autorka je dále popisuje a komentuje.

Webové stránky ZOOT, s. 51. Tady mi skutečně chybí foto té stránky pro dokumentaci práce i později z historického pohledu, protože dynamika změn v této oblasti je skutečně velká. Hodnocení zde mělo být prezentováno více strukturovaně a ne jen "povídavou" formou. Potom je zde vložena analýza SWOT, ale obávám se, že v podkladech nemáme všechny údaje, zejména k finanční stránce.

Pokud se vrátíme k uvedení cíle na s. 8, tak se zde mluví o kvalitativním výzkumu a výzkumu v terénu, které ale v práci jako konkrétní postupy nejsou strukturovaně popsány, což snižuje úroveň práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaká byla tedy použita metoda výzkumu, o kterém mluvíte v úvodu práce?

Kdo byl posuzovatel, jen Vy?

Jaké jiné metody bylo možné použít pro hodnocení www stránek a nákupu u firmy ZOOT?

V Plzni, dne 15. 5. 2017


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).