

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Bc. Viktorie Krupicová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Marketingový plán internetového obchodu

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Studentka zpracovávala diplomovou práci se zaměřením na marketingový plán vybraného internetového obchodu. Zvolený subjekt je spíše menší (mikro) firmou, což zřejmě ovlivňuje možnosti e-shopu v oblasti marketingu/marketingové komunikace.

Studentka přistupovala k řešení práce aktivně, využila kromě standardních analytických nástrojů také výzkumu pomocí eyetrackingu (oční kamery).

Teoretická část práce je zpracována standardně s využitím některých zahraničních zdrojů, nicméně část týkající se internetového marketingu nevyužívá nejnovějších zdrojů. Formálně by neměla kapitola končit obrázkem či tabulkou (viz např. s. 32). V části výzkumné (kap. 6 a 7) chybí stanovení vlastního cíle výzkumu použitelnosti internetové stránky. Studentka zde pracuje s dříve nespécifikovanými cílovými skupinami.

Výstupy z realizovaného výzkumu (využito bylo standardní kombinace eyetrackingu a dodatečného dotazování) jsou doplněny teplotními mapami apod. Obrázky 13 a 14 ukazují problematické pasáže při výzkumu, považoval bych za vhodnější v práci spíše uvádět komplexnější obrázky (kombinující více účastníků výzkumu) tak, aby bylo realizovat příslušné závěry pro firmu a její webovou stránku. Oceňuji, že ve spolupráci s firmou mohla autorka testovat i např. správné zadání slevového kódu a účastníci mohli opravdu vidět, že je slevový kód uplatněn. Domnívám se, že tento výzkum přinesl firmě zajímavé poznatky. Studentka pak v kap. 8 sestavuje marketingový plán firmy, jehož analytickou část považuji za standardní, i když za stručnou bez využití hlubších analýz (samozřejmě kromě analýzy webových stránek). Není tak zcela zřejmé, z jakého počtu objednávek má dojít ke zvýšení na 15 měsíčně (viz s. 69 cíl 3). Návrh činností v oblasti marketingu, především marketingové komunikace je pro firmu podle mého názoru návodný, studentka v rámci eyetrackingového výzkumu navíc otestovala i grafickou podobu banneru, který může být využit. V přehledu odhadovaných nákladů pravděpodobně zčásti chybí ohodnocení práce majitele a např. náklady na distribuci letáků. V oblasti marketingové kontroly by měly být jasněji definovány faktory (indikátory), které budou sledovány, studentka naznačuje jejich zdroj, ale ne již tak konkrétní indikátor (i když jsou s ohledem na cíle poměrně jasné).

Celkově se domnívám, že studentka zpracovala práci ve formě odpovídající potřebám zkoumaného subjektu, jeho velikosti a objemu tržeb. Práci vnímám na pomezí klasifikačních stupňů výborně a velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Jak byly stanoveny cílové skupiny, se kterými pracujete v kap. 6 a 7?

Které návrhy na zlepšení webových stránek (kap. 7.5) hodlá firma realizovat?

V Plzni, dne 20. 5. 2022

Podpis hodnotitele