

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Kamila Webrová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Komparace marketingu na internetu vybraných vysokých škol

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Petřtyl
Podnik – firma: ZČU v Plzni, Fakulta ekonomická, KMO

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<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 navrhaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na problematiku online marketingu v oblasti terciárního vzdělávání s poměrně širokým záběrem pro výslednou analýzu. V autorka prokázala v rámci rešeršní činnosti dobrou schopnost práce s literaturou, problémovou oblastí však je schopnost informace předat přehlednou formou — čtenář se v textu snadno ztrácí. Je škoda, že se v práci neobjevilo více zahraničních zdrojů, zejména v online prostředí jsou velmi snadno dostupné (namátkou za všechny zdroj SEOmoz.org či books.google.com). Citelně v práci postrádám jakékoli snímky obrazovky, v tomto smyslu si lze pouze domýšlet, jak analyzované stránky vypadají. V rámci praktické analýzy pozic ve vyhledávačích upozorňuji na výsledky "deformované" lokalitou (autorka se o tom sama zmiňuje), nicméně tohoto problému se lze vyvarovat. Při interpretaci výsledků výzkumu postrádám přehledné tabulky či alespoň text dělený vhodnými nadpisy. "Při analýze počtu zpětných odkazů bylo použito nástroje společnosti Yahoo." — jakého? Při použití nástroje opensiteexplorer.org zjišťujeme, že na cuni.cz směřují linky z cca 1.700 domén, což nekoresponduje s předkládaným výsledkem. Analýza využití sociálních médií je pouze zběžná, což koresponduje s výše zmiňovaným širokým

rozkročením práce. V závěru se pak např. dozvídáme, že "soukromé vysoké školy mají lépe zpracovaný marketing ve vyhledávacích než soukromé školy." Celkově má téma velký potenciál, ale některé faktory celkové hodnocení snižují (např. již zmíněné chybějící obrázky/tabulky apod.). Celkově je práce na pomezí hodnocení velmi dobře/dobře, výsledná známka bude záviset na obhajobě práce a diskusi.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Jaký je modelový profil člověka/lidí (vlastnosti, cíle, potřeby, očekávání), který je uživatelem webu vysoké školy/univerzity?
2. Co znamenají pojmy on page a off page faktory?
3. Jaké mohou být cíle oddělení marketingu škol pro následující oblasti: internetová prezentace, vyhledávač, katalog, Facebook, Twitter, Youtube ve vztahu k segmentům uživatelů?

V Plzni, dne 9. května 2013

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).