



České vysoké učení technické v Praze

Fakulta elektrotechnická

Katedra ekonomiky, manažerství a humanitních věd

Technická 2, 166 27 Praha 6, ✉ mrkvick@fel.cvut.cz , ☎ 224353308

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno studenta: Michaela Tesařová

Název práce: Využití moderních technologií pro podporu marketingových aktivit v malých firmách

Jméno oponenta: Ing. Martin Dobiáš, Ph.D.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení					
	výborně	velmi dobře	dobře	uspokojivě	dostatečně	nedostatečně
Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Úroveň zvoleného postupu řešení	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shrnutí výsledků a formulace závěrů	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s odbornou literaturou a dalšími prameny	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální vzhled a struktura práce (normy, předpisy)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň práce (stylistika, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Slovní zdůvodnění zejména při hodnocení A nebo F:

Studentka se při řešení bakalářské práce seznámila s teorií tvorby marketingové strategie, realizovala a prakticky ověřila pozitivní efekt vybraných nástrojů internetového marketingu. V práci je několik zjednodušení marketingové terminologie i několik odborných nepřesností (např. u SWOT analýzy nejsou zcela správně zařazeny všechny interní a externí vlivy), které však na dosažené výsledky a kvantitu zpracování práce nemají zásadní vliv.

Otázky k obhajobě práce:

- Jaké další nástroje internetového marketingu byste dále firmě doporučila?
- Při využití dalších nástrojů je velmi účelné využít analytiku, aby bylo možné hodnotit efektivitu jednotlivých nástrojů. Jak byste postupovala při nasazení např. Google Analytics?

Navržená výsledná známka: A - výborně

V Praze dne 3. 6. 2016

_____ **podpis oponenta práce**