

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Nástroje internetového marketingu vybraného e-shopu
Jméno autora:	Tereza Toufarová (460942)
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Oddělení manažerských studií (MÚVS)

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<p>Bakalářská práce se zabývá online marketingem vybraného e-shopu. Předkládaní bakalářská práce má jasně vymezenou tematiku a cíl práce: "Cílem bakalářské práce je analýza nástrojů internetového marketingu, které jsou vhodné pro e-shop." Autorka se dále zaměřuje na analýzu současného komunikačního mixu, hodnotí současný stav a navrhuje kroky vedoucí ke zlepšení v kontextu e-shopu.</p> <p>Bakalářská práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem. Je velmi rozsáhlým zdrojem informací pro sledovanou společnost. Vymezení problému autorkou práce je zcela jasné a formulace cílů odpovídá úrovni bakalářské práce. Cíl práce je náročnější vzhledem k tomu, že jde o oblast elektronického marketingu.</p>	
Splnění zadání	splněno
<p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Zásadním přínosem práce je analýza současného online komunikačního mixu vybraného e-shopu. Dílčím cílem práce bude kalkulace nákladů na konverzi u různých nástrojů a návrh nové komunikační kampaně pro daný e-shop. Bakalářskou práci považuji za zdařilou.</p>	
Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<p>Autorka plnila harmonogram konzultací, chodila na ně připravena s průběžně zpracovanými texty. Autorka přistupovala ke zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze jí pochválit za systematickou práci, která se v konečném výsledku práce projevila.</p>	
Odborná úroveň	B - velmi dobře
<p>Práce je rozdělená na dvě části, část teoretickou, kde jsou detailně rozebrány jednotlivé nástroje, a část praktickou, která vychází z teoretické části a kde je analýza e-shopu XY a jeho jednotlivých marketingových nástrojů z teoretické části. Praktická část také obsahuje několik doporučení a změn v marketingových nástrojích. Následně je proveden sběr dat, vyhodnocení získaných údajů, jejich porovnání, a v závěru jsou navrženy kroky. Závěrečná kapitola se věnuje zhodnocení získaných informací a tvorbě doporučení pro daný e-shop. Analýza je na standardní úrovni, autorka zná dobře prostředí zkoumané firmy. Práce má logickou stavbu.</p>	
Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
<p>Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na bakalářskou práci. Rozsah práce je odpovídající.</p>	
Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi dobře
<p>Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k</p>	

záměrům předložené práce. Autorka využila standardní počet zdrojů. Silou stránkou práce je precizní citační korektnost v rámci teoretické části práce, bibliografické citace jsou uvedeny úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami. Závěrečná práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz a s veškerými zdroji je shoda práce pod 5%. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.

Další komentáře a hodnocení

Autorka zpracovala předkládanou práci s pečlivostí.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Vedoucí práce považuje teoretickou část práce za zajímavou.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 13.6.2018

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.