

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	Internetový marketing vybrané společnosti
<b>Jméno autora:</b>	Linda Brůnová (410952)
<b>Typ práce:</b>	diplomová
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Vedoucí práce:</b>	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
<b>Pracoviště vedoucího práce:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>náročnější</b>
Autorka závěrečné práce předkládá k obhajobě práci věnovanou problematice internetového marketingu. Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části náročnější. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít a analyzovat interní informace a zkušenosti z praxe analyzované společnosti. Práce se zaměřuje na nástroje online komunikace internetového obchodu.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Závěrečnou práci považuji za celkově zdařilou.	

<b>Aktivita a samostatnost při zpracování práce</b>	<b>A - výborně</b>
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.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>A - výborně</b>
Autorka zná dobře prostředí, v němž byla závěrečná práce implementována. Práce má logickou stavbu. Autorka práci rozčlenila na teoretickou a aplikační část. V teoretické části vymezila vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části aplikuje definované pojmy, analyzuje a navrhuje způsoby efektivnějšího využití jednotlivých nástrojů online marketingu.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>B - velmi dobře</b>
Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na diplomovou práci. Rozsah práce je odpovídající. Jazyková úroveň práce je standardní. Autorce lze vytknout drobné jazykové nekorektnosti.	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>B - velmi dobře</b>
Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autorka využila nadstandardní počet informačních zdrojů (25). Autorce lze pochválit za využití cizojazyčné literatury a citační korektnost v rámci teoretické části práce. Naopak v některých případech lze autorce vytknout drobné nesrovnalosti v rámci formátů odkazů na literaturu, ale lze konstatovat, že výběr zdrojů a korektnosti citací je v souladu s metodikou. Závěrečná práce byla kontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.	

#### Další komentáře a hodnocení

Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přehledem a je velmi dobrým zdrojem informací pro sledovanou oblast.

### III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Na práci lze ocenit, že zpracovává odbornou literaturou velmi málo podloženou část online marketingu.

Otázky k obhajobě:

1/ V diplomové práci uvádíte, že v rámci rozesílání emailů nedochází k segmentaci uživatelů. Okomentujte, zda by daná segmentace mohla mít smysl, co by mohla přinést a jaká segmentační kritéria by mohla být zvolena? (str.56)

2/ V práci doporučujete (pro sledovaný e-shop) brandovou a výkonovou kampaň (str. 67). Danou myšlenku rozvedte a představte u obhajoby.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Datum: 11.9.2017

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.