

Hodnocení oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Michal Trávníček
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Firma a její propagace na internetu – s akcentem na zvýšení konkurenceschopnosti
Oponent práce	Mgr. Štěpán Prachař

	Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1	Aktuálnost a náročnost tématu	10	a
2	Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	d
3	Přístup ke konzultacím	15	
4	Samostatnost při zpracování	10	
5	Formulace cílů a hypotéz práce	15	c
6	Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	c
7	Metodologická kvalita postupu	20	d
8	Struktura a logika textu	25	d
9	Úroveň teoretické části práce	25	c
10	Adekvátnost použitých zdrojů	15	d
11	Práce se zdroji v textu	25	c
12	Úroveň analytické části práce	25	c
13	Úroveň projektové části práce	25	d
14	Využitelnost navrhovaných řešení	15	b
15	Inovativnost a kreativita zpracování	15	c
16	Jazyková úroveň práce	10	b
17	Formální úroveň práce	10	a
Celkové hodnocení		1,84	C

Připomínky a hodnocení práce:

Práce je po formální stránce v pořádku, je vhodně členěna na teoretickou, praktickou a analytickou část. Co se týče užívání zdrojů, jejich seznam je v pořádku, ale v textu chybí odkaz na konkrétní stránku u zdroje a připadá mi nadbytečné používat odkazování na zdroj za každým odstavcem. Navíc je v práci užito několik stran teoretického textu se stejným zdrojem za každým odstavcem (= stručný sumář z jedné knihy?). V teoretické části je zmíněna historie internetu, obecně opsány marketingové komunikace, nicméně dává nutný teoretický základ.

Následuje definice hypotézy, která je dále v případě kladné verifikace rozvíjena (sub)hypotézou složenou z několika dalších otázek. Nepovažuji tuto hypotézu (tyto hypotézy?) za příliš vhodně definované. Část této kapitoly (celá strana) následující za „Postup“ měla být rozhodně v již praktické části (nelze je považovat ani rozhodně za hypotézu, ani víceméně za metodologii). V teoretické části je odkazováno v případě uvedení analýzy ROI (návrtnost investic) na naprosto nedůvěryhodný zdroj (adaptic.cz, nemá ani ISSN), když pro toto téma existují jiné, naprosto vhodnější a relevantnější zdroje, které alespoň umí přeložit původní anglický výraz „revenue“ (výnos, nikoliv zisk). Autor by se pak dozvěděl, že se nejedná o výnosy/investice*100, ale o (výnosy-náklady)/náklady*100, resp. zisk/náklady*100. Výnosy mínus náklady vytváří zisk (obecně). V angličtině (Revenue-Cost)/Cost*100.

V praktické části bych ocenil uvedení zdroje u historických faktů spojených se zkoumanou společností (např. str. 43 – autor pracuje ve firmě? Je jejím majitelem? Nebo je zdrojem řízený rozhovor s majiteli?). Str. 50 – „Známost produktu ... není v regionu natolik velká...“ – na základě jakého zkoumání? Osobní zkušenost? Řízený rozhovor? Dotazování v cílové skupině? Kolik bylo respondentů? Jedná se pouze o autorovy dojmy (možná na základě vlastní zkušenosti)?, Tyto je ovšem třeba v takovýchto zásadních analýzách (konkurence) dokládat. Na str. 67 a dále nejsou v syntézách poznatků uvedeny zdroje nákladových položek (interní účetnictví či materiály? Odhad?). Viz přecházející odstavec část ROI je u konce praktické části s tímto vzorcem chybně počítáno. Přitom v projektové je již počítáno se „ziskem“. Autor tedy v práci svévolně zaměňuje dva pojmy (výnos, zisk) a staví je na stejnou rovinu.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jaké nestandardní marketingově-komunikační aktivity jsou Vám osobně v souvislosti s propagací webové stránky blízké?
- 2) Objasněte zdroj Mapy tržního rozmístění konkurence na str. 49. Osobní zkušenost nebo „hard data“? Nikde jsem nenalezl ceny produktů, na základě kterých by se daly jednotlivé subjekty umístit v části „výše cenové hladiny prováděných realizací“.
- 3) Jaký je rozdíl mezi výnosem, ziskem, nákladem, odvodem?

Ve Zlíně

dne 4. května 2010

.....
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01