

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE						
Jméno a příjmení studenta	Jakub Kouřil					
Název práce	Internetová marketingová strategie online prodejce					
Oponent práce	Ing. Eva Juříčková, Ph.D.					
Obor	Anglický jazyk pro manažerskou praxi					
Forma studia	prezenční					
Kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení dle stupnice ECTS					
Formální stránka práce						
Přehlednost a členění práce	A	B	C	D	E	F
Úroveň jazykového zpracování	A	B	C	D	E	F
Dodržení citační normy	A	B	C	D	E	F
Obsahová stránka práce						
Formulace cílů práce	A	B	C	D	E	F
Práce s odbornou literaturou (uvádění zdrojů, kritický přístup)	A	B	C	D	E	F
Metodika zpracování výzkumného problému	A	B	C	D	E	F
Úroveň analytické a interpretační složky	A	B	C	D	E	F
Formulace závěrů a splnění cílů práce	A	B	C	D	E	F
Originalita a odborný přínos práce	A	B	C	D	E	F
Odůvodnění hodnocení práce:						
<p>Teoretická část práce je zpracována přehledně, uceleně a poskytuje dostatečnou oporu pro část praktickou. V praktické části práce se diplomant věnuje vyhodnocování průzkumu zaměřeného na daný problém u vybraného prodejce, konkrétně u Alza.cz. Oceňuji přehlednost průzkumu, bohužel v práci postrádám segmentaci cílové skupiny, která by jistě ovlivnila dosažené výsledky. Lze také položit otázku, zda by marketingová strategie jiného, studentem vybraného online prodejce, nebyla odlišná, což nebylo v zadání práce blíže specifikováno. Také bych uvítala, pokud by bylo více prostoru věnováno samotné marketingové strategii příslušného online prodejce, nikoliv pouze dotazování a výsledkům průzkumu s vyvozenými závěry.</p>						
Otázky k obhajobě:						
<p>Why have you chosen Alza.cz as an illustration of your solved issue? Why not Mall.cz, Kasa.cz or Datart.cz etc.?</p> <p>Do you think gained results of your survey would be different if you ask respondents of another e-shop?</p>						
Celkové hodnocení*	A	B	C	D	E	F
Datum: 31.05.2013	Podpis:					

* Výsledná známka není aritmetickým průměrem jednotlivých kritérií hodnocení práce.