Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Nové trendy v internetovém marketingu

Autor diplomové práce:

Bc. Kateřina Diblíková

Cíl diplomové práce:

Analýza a popis současných trendů internetového marketingu včetně prognózy, zhodnocení využití on-line marketingových nástrojů vybrané společnosti a návrh doporučení.

H O D N O C E N Í D I P L O M O V É P R Á C E	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	**Přidělené body**
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	8
2. Náročnost tématu na znalosti	9
3. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	8
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	6
5. Práce s literaturou, citace	9
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	8
9. Vlastní přínos studenta	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	9
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	**85**
Výsledná známka	***velmi dobře (2)***

Celkové zhodnocení, doplňující otázky či poznámky:

Práce postihuje současné možnosti využití internetu v marketingu, využívá k analýze především sekundárních dat, ocenit lze množství použitých zdrojů v této práci, po formální stránce nebylo vždy jednotně na literaturu odkazováno. Práce má převážně popisný charakter, avšak opírá se o velké množství dostupných údajů. V závěru se práce věnuje využití nástrojů on-line marketingu pro vybranou společnost, kde jsou rovněž vyhodnoceny výsledky vlastní práce a navrženy doporučení pro další rozvoj.
1) Proč jste nevyužila aktuálních dostupných dat o velikosti a struktuře české internetové populace z oficiálního měření českého internetu - projektu NetMonitor? Diskutujte změny mezi roky 2009 a 2011 (pro vybraný měsíc).
2) V rámci affiliate marketingu nebyla zmíněna rychle rostoucí síť Comission Junction od VivNetworks s.r.o. včetně rozvoje jejich řešení pro privátní sítě (využívá dnes např. Mall.cz). Jaká je tedy aktuální situace v affiliate marketingu?(V práci byl využit zdroj za rok 2002)
3) Jaké by byly hodnoty PageRank (Tabulka 6, s. 66) při změření relevantních sekcí, nikoli home page katalogů?

Jméno oponenta diplomové práce:

Ing. Václav Stříteský, Ph.D.

Pracoviště oponenta diplomové práce:

Katedra marketingu, VŠE

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.

26. květen 2011

podpis oponenta diplomové práce