

HODNOCENÍ VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce:	Petr Šolín
Vedoucí práce:	Ing. Libor Krsek
Recenzent práce:	Doc. Ing. Stanislav Horný, CSc.
Název práce:	Internetová reklama jako nástroj marketingu
Cíl práce (viz zadání):	Správné pochopení pojmu internetová reklama a jejích součástí jakožto jednoho z nástrojů internetového marketingu. Vytvoření pravidel a doporučení internetové reklamy pro firmy.
Povaha diplomové práce:	praktický projekt (návrh)

V hodnocení používejte stupně 1-4 (výborně / dobře / podprůměrně / nevyhovuje) – vybraný stupeň zaškrtněte křížkem.

	1	2	3	4		1	2	3	4
Náročnost tématu									
Aplikace teoretických znalostí	☒	☐	☐	☐	Podkladové materiály a literatura	☒	☐	☐	☐
Praktické dovednosti a zkušenosti	☒	☐	☐	☐	Originalita tématu	☒	☐	☐	☐
Věcné aspekty (obsahová stránka)									
Splnění cíle práce	☒	☐	☐	☐	Výběr a vhodnost použitých metod	☐	☒	☐	☐
Závěry práce (jasné a srozumitelné)	☒	☐	☐	☐	Logická stavba práce	☒	☐	☐	☐
Vlastní přínos studenta	☒	☐	☐	☐	Hloubka provedené analýzy	☒	☐	☐	☐
Formální aspekty práce									
Práce s literaturou (citace)	☒	☐	☐	☐	Úprava (text, obrázky, popisky, ...)	☒	☐	☐	☐
Jasnost a srozumitelnost formulací	☒	☐	☐	☐	Jazyková úroveň, pravopis	☒	☐	☐	☐
Přístup studenta ke zpracování práce									
Spolupráce s vedoucím práce	☒	☐	☐	☐	Stanovení a dodržení harmonogramu	☐	☒	☐	☐

Navržená známka: **VÝBORNĚ**

Navržená známka není žádnou formou průměru z výše uvedených kritérií, jedná se o celkové hodnocení práce.

V Praze

dne 12. ledna 2011

vedoucí BP

Připomínky k provedení práce, doplňující otázky:

- 1) Co je konverzní poměr a jak je počítán?
- 2) Která z doporučení jsou dle Vašeho názoru nezásadně pro rozhodování firmy?

V případě potřeby pokračujte na další stránce.