

Studijní program
Ekonomika a management

Studijní obor
Management

Akademický rok
2018/2019

Název práce
Lokativní média v marketingu

Řešitel
Bc. Michaela Štípková

Vedoucí
Mgr. Michal Šimůnek, Ph.D.

Oponent
Ing. Michal Novák, Ph.D.

Hodnocení práce

Vymezení cíle a jeho naplnění	výborně
Logická stavba a členění práce	výborně nebo velmi dobře
Práce s literaturou, citace, syntéza zdrojů, přehled o dosavadním stavu bádání v dané oblasti	výborně
Adekvátnost použitých metod, jejich argumentace a způsob použití	výborně
Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům), její teoretické a konceptuální ukotvení	výborně
Vlastní přínos studenta	výborně
Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	výborně
Formální úprava a náležitosti práce (soulad s šablonou kvalifikační práce), rozsah práce	výborně
Jazyková a terminologická úroveň práce	výborně

Poznámka: Výsledná známka nemusí být aritmetickým průměrem jednotlivých hodnocení.

Slovní hodnocení o rozsahu alespoň 200 slov

Předkládaná práce se zabývá využitím lokativních služeb v marketingovém výzkumu. Práce je rozdělena na pět hlavních kapitol. První tři kapitoly lze považovat za teoretickou část práce.

V první kapitole se autorka zabývá základními pojmy, které vhodně a názorně vysvětluje. V druhé kapitole se pak zabývá formami mobilního marketingu především ve vztahu k využívání sociálních médií. V kapitole třetí se pak zabývá etickými aspekty sledování polohy. Teoretická část práce je čtivá, podpořena mnoha moderními zdroji akademického charakteru. Drobnou připomínku bych měl pouze ke strukturování kapitol, kde by dle mého názoru zmiňované první tři kapitoly bylo vhodnější spojit do kapitoly jedné – především s ohledem na jejich rozdílné délky a jejich další strukturování.

Kapitolu 4 a 5 lze považovat za praktickou část práce. Autorka stručně a jasně popisuje metodiku svého výzkumu, který je postaven na experimentálním ověření možností zvolených dostupných (a relativně levných) technologií získávat relevantní data jako podklad k marketingově manažerskému rozhodování. Autorka také následně provedla s respondenty rozhovory. Škoda, že jejich přepisy nejsou přiloženy v práci. Závěry autorka vyvozuje s ohledem na formu výzkumu a počet respondentů.

Celkově práci považuji za „svěží“ – relativně inovativní, stručně a jasně napsanou, v souladu s požadavky na kvalifikační práci. K formálním požadavkům nemám výhrady.

Otázky k obhajobě (1–2 otázky)

Pokud byste vědomě souhlasila, že bude sledována Vaše poloha 24 hodin denně, a tyto informace budou odesílány a dále využívány pro marketingové účely. Za kolik českých korun byste byla ochotna tato data prodat? Za kolik byste byla ochotna tato data jako „marketérka“ nakoupit?

Případný námět na diskusi:

Využíváte např. ve svém mobilním telefonu aplikaci Facebook Messenger, který např. toto (implicitně) dělá výměnou za využívání služeb (vedle jejich propojování s dalšími informacemi) společnosti Facebook „zdarma“? Jaký je Váš osobní postoj k tomuto obchodnímu modelu?

Doporučené hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení **výborně**.

Datum

18. 8. 2019

Podpis

Ing. Michal Novák, Ph.D.

