

Posudek vedoucího bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Mezinárodní obchod**

Akademický rok: **2019/2020**

Název práce: **Internetová propagace společnosti NH Car, s.r.o.**

Řešitel: **Jakub Švec**

Vedoucí práce: **Ing. Jitka Volfová, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Přemysl Průša, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	3
2.	Logická stavba práce	1
3.	Práce s literaturou, citace	3
4.	Adekvátnost použitých metod	2
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	3
6.	Vlastní přístup k řešení	2
7.	Formální úprava práce	1
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	1

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autor si pro svou práci vybral téma komerční komunikace, které je klíčové pro úspěch firem v dnešním vysoce konkurenčním prostředí. Cílem bylo na základě analýzy současné situace doporučit návrhy a vylepšení vedoucí k vhodné internetové propagaci společnosti NH Car s.r.o.

Velmi pěkně upravená práce poskytuje monitoring literatury a jiných sekundárních zdrojů z oblasti komerční komunikace se zaměřením na internetovou propagaci. Analýza vychází ze sekundárních i primárních dat, ta jsou sebrána pomocí dotazníku. Snížené hodnocení odráží následující:

Bylo by vhodné doplnit informaci o vhodnosti nástrojů a kanálů pro jednotlivé komunikační cíle. Převzaté texty je nutné kromě zdroje za odstavcem označit uvozovkami, aby bylo jasné, zda autor kriticky analyzoval zdroj a uvedl své závěry, nebo zprostředkoval již existující text. Práce by si zasloužila rozšířit zdroje pro teoretickou část, na kterou logicky navazuje její praktická část. Ocenila bych přesněji definovaná kritéria výběru konkurence. Vzhledem ke kvantitativnímu sběru dat pomocí dotazníkového šetření je počet respondentů spíše nízký. Chybí informace o segmentaci, která je nosnou pro zhodnocení relevantnosti výsledku dotazníkového šetření. Hodnocení "přehlednosti" webu by si zasloužilo kritéria – výsledky by byly relevantnější a použitelnější pro návrhy na zlepšení. Ty jsou spíše mělké. Práce zmiňuje výsledky dotazníkového šetření týkající se konkrétních připomínek respondentů, z dotazníku však prostor pro sběr těchto dat není zřejmý (viz otázka k obhajobě níže). Některé sledované parametry by si rozhodně zasloužily delší sledované období, jakou vypovídací hodnotu pro Firmu mají např. výsledky 7 respondentů?

Práce je mimo jiné výsledkem ocenění hodné spolupráce s vybranou firmou. Představuje možný přínos pro praxi v podobě doporučení vybrané firmě, která se o výsledky zajímá.

Otázky k obhajobě:

1) Máte prázdný poslední řádek v tabulce č. 2, vysvětlíte proč? Jaké informace tam mohou spadat?

2) Na str. 43 zmiňujete, cituji: "Na stránkách těchto dvou prodejců oceňovali jejich barevné řešení, například u Auto Styly jako prodejce výhradně vozů Škoda použití korporátní zelené barvy. U stránek NH Caru respondenti ocenili barevné řešení shodující se s vlastní korporátní grafikou a logem a také řešení jednotlivých nabídek na stránkách pomocí velkoplošných odkazů." Upřesněte, prosím, odkud jsou tyto informace. V dotazníku takový dotaz není uveden. Text na str. 39 zmiňuje, že dotazník obsahuje 16

otázek, v příloze je pouze dotazník se 14ti otázkami. I z doporučení to vypadá, že respondenti poskytli ještě další informace, upřesněte odkud tyto informace pochází.

3) Vysvětlete detailněji Search Engine Optimalizace (SEO), uveďte např. detailněji princip zmíněného "linkbuildingu".

4) Je možné doplnit SEO analýzu webových stránek vybrané společnosti?

5) Uveďte časy, kdy jsou fanoušci vybraných FB stránek nejaktivnější.

6) Jaký je vztah mezi komunikační strategií a ziskem – upřesněte komunikační cíle vybrané firmy.

7) Uvažte a následně diskutujte: Kapitola 3 poskytuje informaci o sebraných datech – uveďte zhodnocení dat se závěry. Jak společnost na základě těchto dat hodnotit? S čím data porovnat? Na základě čeho se stanovují cíle? Měl Autosalon Klokočka ve sledovaném období nějakou nestandardní komunikaci, která mohla zvednout hodnoty? Viz. str. 49.

Závěr: Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **3**

Datum: 29. 12. 2019

Ing. Jitka Volfová, Ph.D.
vedoucí práce