

Vysoké učení technické v Brně
Fakulta podnikatelská
Ústav informatiky
prof. Ing. Jiří Dvořák, DrSc.

Oponentský posudek disertační práce

Autor práce: Mgr. Jan KRAMOLIŠ

Název práce: E-MARKETINGOVÝ VÝZKUM A JEHO VYUŽITÍ V PRAXI

V předložené disertační práci jsou řešeny aktuální problémy moderního marketingu na prostředí internetu. Práce vychází z publikovaných materiálů a výzkumu o marketingu v elektronickém prostředí obchodování, o elektronických dotaznících a elektronickém dotazování pomocí nových internetových technologií.

Práce je zaměřena na systémové vymezení marketingového výzkumu v elektronickém obchodování. Autor si správně všímá vývoje v této oblasti a nových prostředků marketingu zejména v prostředí internetových obchodů.

Cílem práce bylo vytvoření nové metodiky pro elektronické marketingové výzkumy využívající v pozadí nástroje analýzy webů. Ověřit zda získané informace budou mít odpovídající vypovídací hodnotu, identifikovat nová prostředí dotazníkových výzkumů a popsat změny ve způsobech získávání věrohodných dat a to efektivním způsobem.

Autor správně věnoval pozornost zhodnocení současného stavu řešené problematiky (kap. 2), charakterizoval velmi dobře nástroje pro elektronický dotazníkový systém a uvedl stručně současné nástroje pro měření hodnotových veličin dotazů a vyjádření návštěvnosti vybraných internetových prostředí.

Velmi dobře členil cíle práce a tak vytvořil odpovídající model poznání a výzkumu v této zvolené a systémově vymezené oblasti.

Vytvořený systém hypotéz v kapitole třetí je obsáhlý a může vést k preferování dílčích problémů v širokém spektru předkládaného marketingového výzkumu.

Ve čtvrté kapitole se autor správně zabývá možnostmi analýzy zadaného problému, na prototypch výzkumného dotazníku řeší testování objektů a velmi dobře zavádí časové osy vývoje.

Pátá kapitola je správně věnována výsledkům výzkumu a verifikaci hypotéz. Autor správně uvádí oba výzkumy s uvedenými prototypy (kap-5.1.1. a 5.1.2). Tím si velmi dobře vytváří podmínky pro uvedení přínosů práce v kapitole šesté.

Vedle srovnání dotazníků v kapitole osmé zaujme kapitola devátá se stručným vyjádřením možného pokračování práce.

Autor velmi dobře vyjádřil vybraný pojmový aparát a také vymezil model současného stavu elektronického marketingu. Podařilo se mu charakterizovat systém dynamiky moderního marketingového prostředí v elektronickém pozadí obchodních aktivit a tím přispět

k novému pohledu na zkoumanou oblast s využitím efektivních prostředků rozpoznávání scén a prostředí elektronického obchodu.

Významnou složkou práce je celkem dobrá skladba citací různých autorů k aktuálnímu stavu a k výzkumu uvedené problematiky.

Pozitivně hodnotím na předložené práci to, že autor vyjádřil vhodně verbální modelování v uvedených souvislostech.

Po stránce formální a jazykové je celá práce zpracována velmi svědomitě s odpovídající úrovní sdělování. Předložená práce svědčí o cílevědomém přístupu autora k řešené problematice, předpokladech autora k formulování této složité a aktuální problematiky a cílevědomém vedení disertanta školitelkou.

V diskuzi by se měl vyjádřit autor k následujícím otázkám:

1. Ják bude do moderního elektronického dotazování zařazena oblast získávání znalostí o dané oblasti integrovaných elektronických obchodů?
2. Jak bude řešena oblast uvedeného modelu „Prototypu D“ z hlediska přenosu dat s uvažováním rizik a bezpečnosti celého modelu výzkumu?

V práci se vyskytují některé drobné nedostatky: např. u obrázků, grafů a tabulek není všude uveden zdroj (např. „vlastní“), v některých kvasimatematických vztazích nejsou uvedeny rozměry proměnných (např. obr. 36), číslování podkapitoly 2.1 v celkovém členění práce je neúčelné.

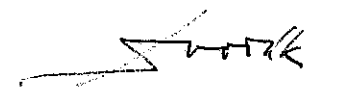
Publikační činnost autora je nízká. Autor předložené práce splnil uvedené cíle a na modelu prezentoval možné řešení a i možné uplatnění závěrů práce. Přínos celé předložené práce vidím především v možném dalším publikování uvedených metod testování a také v dalším zpracování data minigu pro oblast elektronického obchodování. Význam práce pro praxi bude zřejmě ve zvýšení objektivizace dat, zvýraznění dynamických procesů v modelech marketingu a možného ekonomického přínosu metod modelování v reálném čase. Rozvoj vědního oboru v práci vidím především v systémovém pojetí zadaného úkolu a aplikace vybraných základních principů kybernetiky v oblasti managementu.

Na základě všech zmíněných skutečností konstatuji, že autor prokázal schopnost a připravenost k samostatné činnosti v oblasti výzkumu a je způsobilý k tvůrčí vědecké práci, ovládá moderní vědecké poznatky a má teoretické znalosti.

Disertační práci doporučuji k přijetí

a po úspěšném obhájení práce udělit Mgr. Janu Kramolišovi titul Ph.D.

V Brně dne 10. října 2009


prof. Ing. Jiří Dvořák, DrSc.