

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(dále jen BP)

Jméno studenta: Miroslava Matušíková

Téma BP: Účinnost reklamných kampaní internetového portálu www.podnikajte.sk

Akademický rok: 2010/2011

Vedoucí BP*: doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.

Oponent BP*:

* Nehodící se škrtněte.

Tabulka A

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A	B	C	D	E	Fx	F	
	1	1,5	2	2,5	3	4	5	
Náročnost tématu BP	x							
Splnění cílů BP								
Teoretická část BP	x							
Analytická část BP								
Stylistická a gramatická úroveň BP	x							
Formální úroveň BP	x							
Součet								

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.
Součet hodnocení kritérií vypočtete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (Fx nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2 vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

Tabulka B – Celkové hodnocení BP

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:

Studentka si pro svou bakalářskou práci zvolila náročné téma využití internetu jako nového a dynamicky se rozvíjejícího reklamního média. V úvodu práce si studentka stanovuje primární cíl a cíle sekundární a popisuje postup řešení. Teoretická část je kvalitně a systematicky zpracována a představuje solidní teoretický základ pro druhou část bakalářské práce, kterou je část analytická. V této části práce studentka představuje portál Podnikajte.sk včetně jeho aktivit a to i reklamních, přičemž zvláštní pozornost věnuje sociální síti Facebook a systému vyhodnocení efektivity webových stran Google Analytics. Podrobně analyzuje tři období (září-listopad) z pohledu návštěvnosti portálu a dalších kvalitativních ukazatelů a to včetně vlastních návrhů. Závěrem hodnocení je možné konstatovat, že studentka naplnila cíle práce stanovené v jejím úvodu a že se jedná o práci kvalitní po obsahové i formální stránce.

Otázky k obhajobě:

1. Na straně 38 uvádíte některé pojmy z oblasti vyhodnocení efektivity webových stran využívané v systému Google Analytics. Jaký je rozdíl mezi „Časem na stránce“ a „Délkou návštěvy“?
2. Které cílové skupiny dnes nové médium především oslovuje a jak vidíte další vývoj internetu jako nositele reklamního sdělení?

Návrh na výslednou známku BP: A - výborně

Ve Zlíně dne 30. 12. 2010


.....
podpis hodnotícího