



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Tomáš Pastuch

Název diplomové práce: Uplatnění nástrojů Marketing intelligence v elektronickém podnikání

Cíl práce: Cílem práce je poukázat na možné uplatnění nástrojů používaných v oblasti zpravodajství v marketingu – konkrétně v elektronickém podnikání na případových studiích.

Jméno vedoucího diplomové práce: doc. Ing. Klára Antlová, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	x			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	x			
Hloubka provedené analýzy	x			
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	x			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	x			
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	x			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		x		
Formulování vlastních názorů diplomantem	x			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	x			
Stylistická úroveň práce		x		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	x			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací	x			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

Pokuste se stručně porovnat nástroje, které jste využil od fy Tovek a Google analytics.

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: **výborně**

Datum: 14.5.2012

.....

21

Podpis vedoucího diplomové práce





Předkládaná diplomová práce je rozdělená do dvou částí, teoretické a praktické. V teoretické části student uvádí metody a nástroje Business a Competitive Intelligence, které se v čím dál větší míře uplatňují v oblasti strategického rozhodování. Zároveň diplomant poukazuje na možnosti využití těchto nástrojů v internetovém marketingu. Pro demonstraci využití těchto nástrojů byly využity softwarové aplikace firmy Tovek, které na třech případových studiích demonstrují jejich uplatnění. Student si zvolil tři případové studie – prodej televizí, mobilů a hypotečních úvěrů. Výsledky těchto vyhledávání na internetu by mohly být využity při návrhu vhodné marketingové strategie.

Práce je přehledná, vhodně logicky členěná, student využil dostatečné množství českých a zahraničních odborných publikací. Jedinou výtka jsou drobné překlepy. Práce vyhovuje zásadám EF TUL a autor splnil zadané téma.

