



Posudek oponenta diplomové práce

Katedra: Katedra obchodu a cestovního ruchu

Student: Bc. David ŠOLC

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název diplomové práce: SEO jako marketingový nástroj

Oponent diplomové práce: Ing. Miroslav Pivoda, CSc.

Povolání oponenta: Vysokoškolský učitel a konzultant

Hodnocení práce:

Volba tématu práce a její význam: (2) vhodné a významné téma

Formulace cílů práce: (2) cíle byly vhodně formulovány

Metodika zpracování: (2) vhodně zvolena a formulována

Práce s daty a informacemi: (2) použitá data aktuální, práce s informacemi dostatečná vzhledem k tématu

Celkový postup řešení: (2) postup řešení správný, některé kroky neadekvátní

Teoretické zázemí autora: (1) autor významné autory citoval a zná teorii dané problematiky

Práce s odbornou literaturou (citace, norma): (1) autor dodržel naprosto správně citační normu

Úroveň jazykového zpracování: (2) práce je jazykově zpracována na standardní úrovni

Přesnost formulací a práce s odborným jazykem: (2) autor má dostatečný pojmový aparát

Formální zpracování - celkový dojem: (2) práce je formálně v pořádku, celkový dojem je dobrý

Splnění cílů práce: (2) cíle práce včetně dílčích byly splněny

Formulace závěrů práce: (2) závěry jsou správně formulovány a jsou významné pro další využití

Odborný přínos práce a její praktické využití: (2) práce je po odborné a praktické stránce dobře využitelná

Celkové hodnocení práce:

Návrh hodnocení práce známkou: velmi dobře

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky k obhajobě:

Otázka 1: Vysvětlete, jak internetové vyhledávače pracují s obrázky. Jsou schopny je zahrnout do výsledků vyhledávání?

Další připomínky, vyjádření a náměty k obhajobě práce resp. k jejímu dalšímu využití:

Práce je dost prakticky orientovaná, zřejmě by bylo vhodné čerpat více při zpracování literární rešerše ze zahraničních zdrojů.

Datum: 26. 05. 2010

Podpis oponenta diplomové práce: