

**OPONENTSKÝ POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE****Autor/ka:** Bc. Jana Šafránková**Název práce:** Využití internetových aplikací v konkurenčním zpravodajství**Hodnocení práce:**

(hodnocení: 1 je výborný, ... , 4 je nevyhovující)

|   | 1 | 1- | 2 | 2- | 3 | 4 |
|---|---|----|---|----|---|---|
| 1. <b>Náročnost tématu</b>                  |   | X  |   |    |   |   |
| 2. <b>Volba vhodné metodiky zpracování</b>  |   | X  |   |    |   |   |
| 3. <b>Splnění cílů práce</b>                | X |    |   |    |   |   |
| 4. <b>Odborný přínos autora/rky</b>         |   |    | X |    |   |   |
| 5. Logický postup řešení                    | X |    |   |    |   |   |
| 6. Využití teoretických znalostí            |   | X  |   |    |   |   |
| 7. Sběr a předzpracování dat pro řešení     | X |    |   |    |   |   |
| 8. Výstižný souhrn práce a vhodná klíč. sl. | X |    |   |    |   |   |
| 9. Průběžná citace použité literatury       |   | X  |   |    |   |   |
| 10. Formální úprava textu                   | X |    |   |    |   |   |
| 11. Formální úprava grafická (obrázky, ...) |   | X  |   |    |   |   |
| 12. <b>Celkové hodnocení práce</b>          |   | X  |   |    |   |   |

**Další připomínky, vyjádření, doporučení nebo nedoporučení k obhajobě:**

Předložené téma diplomové práce je dle mého názoru vysoce aktuální. V dnešním konkurenčním prostředí je potřeba sledovat chování firem, by mohly v rámci hospodářské soutěže ohrozit ekonomické výsledky firmy. Předložená práce detailně mapuje možnosti konkurenčního zpravodajství, představuje internetové aplikace a jejich využití v oblasti Competitive Intelligence.

K práci mám následující připomínky, např.:

1. Na str. 27, obr. 5 je málo čitelný, prospělo by barevné provedení.
2. V textu diplomové práce se vyskytují drobné gramatické chyby (např. str. 41 a 63).
3. Na str. 67 autorka popisuje sledování firem nástrojem Google alerts. Na úvod porovnání by měla autorka uvést, která firma je zvolena jako konkurent a která jako vlastní prostředí.

**Práci doporučuji k obhajobě****Hodnocení práce známkou: V ý b o r n ě m í n u s****Otázka k obhajobě:**

1. Na straně 37 autorka uvádí, že velké společnosti mají větší prostor pro dohledávání informací o svých konkurentech na internetu oproti malým firmám. Zajímalo by mě, o co opírá svoje tvrzení.
2. V rámci kap. 4.2.2. autorka uvádí jeden nástroj pro sledování webové reklamy na internetu. Zajímalo by mne, zda existují i jiné nástroje.