

Spojování dat

Práce se zabývá metodami fúzování dat. Tyto procedury se stále častěji používají v marketingových studiích a je jim přisuzována stále větší důležitost.

Práce se skládá za čtyř kapitol, závěru a příloh. Autorka nejprve popisuje základní myšlenky fúze dat a základní algoritmy spojování dat. Pak se zabývá teoretickými aspekty těchto metod, zejména problematikou přidělování dárců příjemcům. Další pasáž je věnována praktickým výpočtům, a to jednak při použití simulovaných dat a jednak při použití dat poskytnutých firmou Median z projektu MML – Market&Media&Lifestyle. Jde o data z třetího a čtvrtého čtvrtletí roku 2013 o rozsahu 3000 pozorování s 555 proměnnými. Proměnné jsou zaměřeny na čtenost tištěných médií, na sociodemografické údaje a na využívání bankovních služeb. V závěru práce jsou popsány výsledky fúze a je provedena diskuse.

Práce je napsána neobyčejně pečlivě a nevyskytují se v ní ani překlepy. Grafická úprava je velice dobrá. Pro přehlednost jsou uvedeny různé seznamy použitých označení – schází jen rejstřík.

Mám jen několik drobných poznámek. Použitá forma citací (např. str. 5¹¹) není v našich oborech obvyklá. Formulace na str. 12¹⁴ po gramatické stránce není správná, vylepšit by se měla i gramatická věta na str. 13²¹. Ani tabulka 2.2 na str. 28⁹ ani obrázek 3.1 na str. 31 nejsou vlastní jména, a proto ve větě nemají být psány velkými písmeny. Popisy obrázků (např. na str. 42 – 43) mohly respektovat diakritiku. Všechny tyto poznámky se týkají jen drobností a nejde v nich o matematický obsah.

Předložený text splňuje požadavky kladené na bakalářské práce, a proto doporučuji tento text jako bakalářskou práci uznat.

V Praze dne 18.8.2014

Prof. RNDr. Jiří Anděl, DrSc.