

Posudek oponenta diplomové práce

Název práce: On-line marketingová podpora vybrané společnosti

Autor práce: Bc. Zuzana Kmoníčková

Oponent: Ing. Aneta Hrdličková

Hodnocení struktury a obsahu práce:	
Náplň práce je v souladu s tématem a zásadami pro zpracování práce:	Ano, náplň práce je zcela v souladu s tématem a zásadami pro zpracování práce. ▼
Jednotlivé části práce na sebe logicky navazují:	Ano, struktura práce je logická, jednotlivé části práce jsou vyvážené. ▼
Rozsah práce odpovídá stupni odborné práce a zpracovávanému tématu:	Ano, zcela. ▼

Hodnocení práce se zdroji:	
Student využíval dostatečné množství informačních zdrojů vztahujících se k tématu:	Ano, množství zdrojů a jejich obsah odpovídá zpracovávané problematice. ▼
Student prokázal schopnost pracovat s použitými informačními zdroji:	Ano, údaje zcela správně zobecňoval, analyzoval a citoval. ▼

Hodnocení postupu řešení a dosažených výsledků:	
Student zvolil vhodný postup řešení k naplnění cíle:	Ano, správně zvolil postup a vhodně aplikoval metody. ▼
Student v práci používal správnou odbornou terminologii vycházející z řešené oblasti:	Ano. ▼
Hodnocení dalšího využití náplně a výsledků práce:*	Ano, práce je zcela využitelná bez dalších úprav. ▼

*u prakticky zaměřených prací se hodnotí využitelnost pro praxi, u teoreticky zaměřených prací se hodnotí možnost aplikace teorie v praxi nebo jako základ pro další zpracování

Formální úprava práce:	
Po formální stránce práce odpovídá požadavkům na odbornou práci:	Ano, zcela. ▼
Práce je vhodně doplněna obrázky, tabulkami a přílohami:	Ano, velmi vhodně doplňují text práce. ▼
V práci se vyskytují gramatické chyby:	Ne, nebo pouze ojediněle. ▼

Poznámky k hodnocení

Diplomová práce má logickou strukturu. V teoretické části autorka vymezuje pojem online marketing, kde je na základě modelu See Think Do Care přiblížen nákupní proces zákazníka a vhodné marketingové strategie. Detailně jsou popsány komunikační kanály a nástroje pro vyhodnocení výkonnosti. Praktická část se zaměřuje na analýzu současného stavu online marketingu vybraného podniku. Hodnotí efektivitu využívaných kanálů a identifikuje příležitosti k rozšíření online marketingové podpory. Navržená řešení mají za cíl posílit plnění prodejních cílů podniku včetně nákladů a rizik s tím spojených. Cíl této diplomové práce považují za splněný. Práce zpracovává aktuální téma s praktickým přínosem a svědčí o rozsáhlých znalostech autorky. Práci doporučuji k obhajobě a hodnotím známkou A.

Otázky k obhajobě

- 1) Mezi možná rizika při spuštění dynamických remarketingových kampaní zmiňujete frekvenci zobrazování reklam. Jaká by podle vás měla být optimální denní frekvence zobrazení reklam?
- 2) Z meziročních porovnání je patrný nárůst cen za proklik. Co všechno může ovlivnit růst CPC v rámci Google Ads?

Celkové hodnocení (známku stanovuje oponent DP se zohledněním výše uvedeného dílčího hodnocení)

Práci hodnotím celkově stupněm	A (1,0) ▼
--------------------------------	-----------

Datum: 18.05.2025

Podpis: