

## Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Vojtěch Vejlupek  
Číslo studenta: E23058  
Název diplomové práce: Analýza účinnosti marketingových kampaní na sociálních sítích  
Cíl práce: Cílem této práce je shrnout současné přístupy k hodnocení účinnosti marketingových kampaní na sociálních sítích, aplikovat metodiky datové analýzy na reálná data firmy Lyžebrani a na základě výsledků formulovat doporučení pro optimalizaci budoucích kampaní.  
Vedoucí práce: prof. Ing. Petr Hájek, Ph.D.  
Studijní program: Aplikovaná informatika - Data Science pro business  
Akademický rok: 2024/2025

### Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Identifikace záznamu:  
Agenda závěrečných prací

.....

## Ostatní připomínky k práci

Práce se zaměřuje na konkrétní případ firmy Lyžebrání a analyzuje marketingová data z platforem Facebook a Instagram s cílem zjistit jejich vliv na tržby. Práce je dobře strukturovaná, přehledně členěná a odpovídá formálním i odborným nárokům kladeným na diplomovou práci. Důležitost práce je dána zvyšujícím se významem schopnosti vyhodnocovat efektivitu kampaní je dnes klíčová pro alokaci marketingových rozpočtů. Autor se při zpracování držel metodiky CRISP-DM, což práci dodává metodologickou ukotvenost. Použité metody datové analytiky pokrývají široké spektrum přístupů a jsou vhodně voleny vzhledem k dostupným datům a cíli práce. Je patrné, že autor metody nejen ovládá technicky, ale chápe i jejich význam a omezení. Cenné je zejména propojení marketingových metrik s obchodními daty. Prezentace výsledků je přehledná, hlubší by mohla být pouze diskuse o kauzalitě mezi marketingovou aktivitou a tržbami. Celkově však jde o nadstandardní diplomovou práci s praktickým dopadem a konkrétními doporučeními pro marketingovou praxi.

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Nejvyšší míra shody: 0 %. Posouzení podobnosti: práce není plagiát.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. Proč jste zvolil právě metodu Prophet pro analýzu časových řad a neuvažoval jiné modely jako ARIMA nebo LSTM?
2. Jak byste upravil analytický přístup, pokud by firma Lyžebrání plánovala expanzi na platformy jako TikTok nebo YouTube Shorts, které mají odlišnou dynamiku než Facebook a Instagram?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **A**

V Pardubicích 21.5.2025

Podpis .....