

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Adam Friede
Číslo studenta: E22087
Název bakalářské práce: Nastavení a vyhodnocení PPC reklamy
Cíl práce: Cílem práce je charakterizovat jednotlivé typy PPC kampaní, základní implementaci a optimalizaci PPC kampaní prostřednictvím analýzy stávajících dat z aktuálních PPC kampaní vybrané společnosti navrhnout pomocí kvantitativních a kvalitativních technik doporučení pro jejich zlepšení.
Vedoucí práce: Ing. Renáta Bílková, Ph.D.
Studijní program: B0413A050008 Ekonomika a management
Akademický rok: 2024/2025

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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

Bakalářská práce je přehledně strukturovaná a logicky členěná. V teoretické části autor vysvětluje základní pojmy z oblasti online marketingu, přičemž zvláštní důraz klade na principy fungování PPC reklamy. Praktická část se věnuje analýze reálných kampaní e-shopu ItalyShop s využitím nástrojů Google Ads a Sklik, včetně vyhodnocení klíčových metrik (např. CTR, CPC, ROAS) a návrhů na optimalizaci kampaní. Výsledky jsou zhodnoceny s ohledem na naplnění stanoveného SMART cíle – zvýšení tržeb z PPC kampaní o 20 % meziročně.

Student přistupoval k zpracování práce samostatně a odpovědně. Výsledky práce mají praktickou využitelnost pro analyzovanou firmu a současně vypovídají o studentově schopnosti aplikovat teoretické poznatky na konkrétní situaci v praxi.

Práce splňuje a v některých ohledech překračuje požadavky na bakalářskou práci – především v rozsahu a kvalitě analytické části, v praktické využitelnosti návrhů a v profesionálním přístupu autora.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Bakalářská práce byla posouzena v systému Theses, výsledek posouzení – NENÍ plagiát.

Nejvyšší míra podobnosti dle systému je 1 %.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Jakým způsobem byste upravil strategii kampaně pro slovenský trh, aby byla z dlouhodobého hlediska rentabilnější?
2. Na základě čeho jste stanovil cílovou ROAS 550 % v kampani PMax a jak byste reagoval, pokud by výsledek této kampaně byl pod touto hranicí?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 22.5.2025

Podpis