

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Optimalizace internetových stránek a návrh komunikace za zvýšením návštěvnosti webu a počtu objednávek

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Göbl Martin

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
Nedostatečně využité		

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Tématem bakalářské práce je problematika SEO, konkrétně je pak cílem připravit návrh optimalizace konkrétních internetových stránek pro vyhledavače a návrh optimalizace uživatelské zkušenosti pro navýšení návštěvnosti stránek. Cíl je zvolen vhodně a je splnitelný na vyhrazeném prostoru. Teoretická část obsahem správně odpovídá zvolenému zaměření. Autor postupně rozebírá problematiku SEO, UX a jejich optimalizaci, věnuje se také používání nástroje Google Analytics. Práce se zdroji a odkazování na ně jsou dostatečně kvalitní, pouze u některých bych s ohledem na téma ocenil jejich větší aktuálnost. Metodika je náležitě popsána v samostatné kapitole. Je použita analýza stránek za použití Google Analytics a dalších nástrojů, dále pak dotazníkové šetření. Vzor dotazníku a tabelizovaná data lze správně dohledat v přílohách práce. Podařilo se získat celkem 89 odpovědí, s ohledem na reprezentativnost výzkumu by byl na místě větší počet respondentů. Výzkumné nástroje i otázky z dotazníku nicméně vhodně navazují na popisovanou teorii. Praktická část začíná představením optimalizovaných stránek Ordinary Winner a analýzou současného stavu. Je použit nástroj Google Analytics, další analytické a testovací SEO nástroje a pro komparaci s konkurencí nástroj SimilarWeb. Předložené výsledky tvoří dobrý základ pro závěrečná doporučení. Následuje vyhodnocení dotazníkového šetření, které je poměrně zdařilé a vhodně doplněné o patřičné grafy, autor i některá data vhodně kříží a dále analyzuje. Poté je předložena strategie optimalizace a komunikace a další doporučení. Ty jsou dostatečně detailní, praktická a vycházejí z předložených dat. Práce obsahuje některé formální nedostatky. Text je zpracován systematicky a jeho jednotlivé části na sebe logicky navazují. Práce je v souladu se zadáním, je na ni znát zájem autora o danou problematiku. Doporučuji ji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak mohou nástroje public relations pomoci v rámci optimalizace SEO? Jaké nástroje PR jsou pro to nejvhodnější? Svou odpověď odůvodněte.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Vyjmenujte alespoň 3 atribuční modely v rámci měření efektivnosti online marketingových aktivit. U každého modelu popište jeho základní výhody a nevýhody.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 06.06.2021

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz