

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Digitální marketing ve farmaceutické společnosti X

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Skoupilová Katarína

Vedoucí práce: Ing. Martin Řehoř, MBA, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	X
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	X
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

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

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

Další hodnocení:

Předložená BP splňuje zadání, cílem je na základě vyhodnocení a zkušeností s již proběhlou kampaní společnosti X navrzení nové digitální kampaně a predikce jejich výsledků. Myšlenkově je uplatněna metoda „Follow me“ a metodicky se práce opírá vyhodnocení KPI proběhlé digitální kampaně společnosti X podpořené kvantitativním a kvalitativním průzkumem z čehož je navržena nová kampaň. Na základě výsledků je navržena nová digitální kampaň obsahující dvě dílčí kampaně. Celkový plán nové digitální kampaně je součástí příloh práce. Z pohledu hodnotitele je cíl práce tímto naplněn. Práci lze vytknout absencí mimofinančních přínosů kampaně a to i přesto, že nebyly přímým obsahem zadání. Naopak lze vyzdvihnout odůvodněnou změnu navrhované kampaně (úpravu a vynechání dle výsledných KPI) pro kampaň novou. Řada informací je doložena. Formálně je práce na přijatelné úrovni. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jaké jsou možné mimofinanční efekty při spuštění navržené kampaně, jak by bylo možné je měřit a vyhodnotit.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Je možné predikovat změny a vliv ve vztahu k produktu kampaně v současné situaci na trhu způsobené COVID problémy a následným protiepidemiologickým opatřením?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 07.01.2021

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz