

**POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Efektivita komunikace akčních produktů e-shopu

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jméno studenta:** Funda Martin

**Oponent práce:** Ing. Peter Matisko, Ph.D.

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

# 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:

Student Martin Funda vypracoval praktickou závěrečnou práci zaměřenou na vyhodnocení reklamních kampaní sítě lékáren DrMax. Práce se zaměřuje na konkrétní reklamní akci na sítích Facebook a Instagram a hodnotí ji z různých pohledů. Oceňuji pečlivé rozebrání finanční stránky kampaně, jak nákladů tak i výnosů a celkového ROI. Práce neobsahuje zásadní formální ani stylistické chyby. Pro lepší zarovnání textu doporučuji v jiných textech používat automatické dělení slov. Výsledky analýzy jsou vhodně zesumarizovány v tabulkách a je v nich snadná orientace. Práci hodnotím pozitivně a doporučuji k obhajobě.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Zkuste ukázat různé korelace mezi produktem a výsledkem kampaně. Například cena produktu / prodej. Prodává se levnější produkt s vyšším ziskem? Případně počet návštěv / počet opakovaných nákupů od stejných klientů.

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Kampaň byla úspěšná s pozitivním ROI. Do jaké úrovně je možné ji škálovat? Tedy do jaké míry navýšit rozpočet, aby byl výsledek z pohledu ROI nejvyšší? Zkoumá marketingové oddělení potenciál trhu?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 28.12.2020

Podpis oponenta práce