



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Bc.Lukáš Štěpánek

Název práce: Online marketing prostřednictvím PPC reklamy ve vybrané firmě

Autor posudku: Tomáš Kala

Cíl práce: Nastavení a vyhodnocení PPC kampaní ve vybrané firmě

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce při kontrole anti-plagiátorským systémem vykazovala shodu 4%.

Dílčí připomínky a náměty:

V textu práce nejsou zcela důsledně uváděny odkazy na použité informace.

Autor diplomové práce – dle mého názoru – nevysvětlil názorně pojmy „PPC“ a konverze; nadměrně používal anglické výrazy (např. framework, business, brand, visibilní format, apod.) namísto českých; práci sepsal střídavě ve více mluvnických časech, aniž by respektoval skutečnost, že v okamžiku dokončení a předání práce k hodnocení je vše podstatné již minulostí.

V textu práce se vyskytují nepřesnosti, formulační nejasnosti a gramatické chyby, včetně hrubých chyb.

Obrázky 1, 6, 8 a 10 jsou nečitelné, texty u obrázků/grafů 1, 2, 4, 5, 6, a 10 jsou málo výstižné, respektive nepřesné.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Hodnocená diplomová práce – dle mého mínění – splňuje základní požadavky kladené na úroveň závěrečných kvalifikačních prací na Fakultě informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové. Autor prokázal dobré znalosti předmětné problematiky a schopnosti k samostatné odborné práci. Diplomová práce má charakter případové studie. Nicméně, popsaný postup realizace reklamních kampaní může být inspirativní pro tvorbu a využití platebního modelu internetové reklamy typu PPC.

Otázka k obhajobě:

Z jakého důvodu autor diplomové práce stanovoval cíle, kterých by internetové reklamní kampaně měly dosáhnout, až v průběhu a nikoliv již ve výchozí fázi návrhu kampaně.

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 23. prosince 2019

podpis