

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Online marketingová kampaň

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Kursa Stanislav

Oponent práce: Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

| | | |
|---|---|----------|
| Práce splňuje zadání | Ano | X |
| | Ne | |
| Aktuálnost tématu | Velmi aktuální | X |
| | Aktuální | |
| | 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 | |
| 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 | |

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:

Autor práce zamýšlí najít vhodnou formu online marketingové kampaně pro developerskou společnost s cílem dosáhnout částky max. 80 Kč za zanechání kontaktu potenciálním zákazníkem. Teoretická část je vhodně zaměřena na lead management a výkonnostní reklamu, nechybí ani kreativa a trendy v dané oblasti. V analytické části je proveden poměrně hluboký rozbor stávajících marketingových aktivit, dále pak analýza konkurenčních společností. Návrhy na optimalizaci marketingových kampaní jsou velice dobře strukturovány a práce obsahuje i testování a ladění výkonů kampaní. Vzhledem k hloubce zpracování lze práci považovat za mimořádně přínosnou pro danou společnost a samozřejmě ji doporučit k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jedním z vašich doporučení je i zaměřit se na hlubší identifikaci potřeb specifické skupiny investorů - máte již nyní nějaké hypotézy, o jaké potřeby se jedná především?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Uveďte prosím stručně (nejlépe konkrétní příklady), kdy je vhodné aplikovat vlastní zadání a nastavení kampaní, a kdy je lepší spolehnout se na návrhy samotných algoritmů

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

| | | |
|---------------------------|-------------------------|----------|
| Výsledné hodnocení | doporučuji k obhajobě | X |
| | nedoporučuji k obhajobě | |

Datum: 14.05.2024

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz