

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Optimalizace reklamy na Facebooku ve společnosti Metrotile

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Křivánek Milan

Oponent práce: Ing. Olga Kutnohorská, 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	
	Využité pasivně, věcně správně citované	X
	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	

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

Další hodnocení:

Bakalářská práce si klade za cíl formulovat doporučení, která povedou ke zvýšení povědomí o značce Metrotile působením reklamních aktivit na sociální síti Facebook. Obsahově je práce členěna do dvou částí. V první části si autor připravuje teoretické zázemí pro následující praktickou část. Nejprve se věnuje problematice plánování komunikační kampaně, definici digitálního marketingu, dále se soustředí na marketing na sociálních sítích a reklamu na vybrané sociální síti – Facebooku. Rešerše je zpracována velmi podrobně, je zřejmé, že autor dané téma ovládl do značné šíře. Poslední kapitola poskytuje popis použité metodiky. Teoretická část dostatečně pokrývá danou problematiku, autor čerpá z relevantních a aktuálních literárních zdrojů. Způsob práce s odbornou literaturou je na dobré úrovni, odkazy v textu jsou výjimečně uvedeny chybně (viz např. str. 3 – Karliček, str. 4 – podle Visibility digital [online] 2015 (cit. 2018-11-27), str. 5 – odkaz u obrázku, apod.). Za číslem hlavních kapitol by neměla být tečka. Praktická část začíná představením společnosti Metrotile, následuje komentovaný semistrukturovaný rozhovor s výkonným ředitelem společnosti se zaměřením na stávající komunikační aktivity společnosti, který je zároveň využit i jako hlavní podklad pro SWOT analýzu. Doposud zjištěné informace slouží jako východisko pro návrh reklamní kampaně na sociální síti Facebook. Ačkoliv na str. 34 autor hovoří pouze o třech, byly navrženy čtyři varianty reklamní kampaně, které byly realizovány a následně vyhodnoceny na základě vybraných ukazatelů. Závěrem jsou stávající poznatky zhodnoceny a v souladu s cílem práce jsou formulována doporučení. V práci se sporadicky vyskytují překlepy a gramatické chyby, formální stránka práce je na horší úrovni (např. ne zcela konzistentní formátování odstavců v celém textu). Práce splňuje požadavky kladené na tento typ prací, proto ji doporučuji k obhajobě. Přílohy tvoří vhodné doplnění textu.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Na str. 32 uvádíte, že „Druhou nejvýhodnější byla shledána propagace na výstavě Střechy Praha, kde však není možné potvrdit, že všichni návštěvníci výstavy navštívili stánek společnosti Metrotile.“ Jakým způsobem byste přesněji odhadl počet návštěvníků, kteří expozici společnosti skutečně navštívili?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jedním z doporučení pro společnost je generovat intenzivnější aktivitu na FB účtu. Je toto doporučení reálné? Bude ho možné realizovat se stávajícím personálním obsazením nebo by bylo nutné přijmout nového pracovníka?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Kampaň III, která dosáhla nejlepších výsledků, byla zároveň podpořena slevovou pobídkou. Od ostatních návrhů se však liší také celkovým pojetím zpracování. Co podle Vás bylo hlavní příčinou jejího úspěchu?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Klasifikace	výborně	X
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 10.01.2019

Podpis oponenta práce