

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Optimalizace reklamy na Facebooku ve společnosti Metrotile

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Křivánek Milan

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	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	
	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	X
	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:

Student si za téma své práce zvolil optimalizaci reklamy na Facebooku, konkrétně je jejím cílem poskytnout doporučení společnosti Metrotile ohledně reklamních aktivit na této sociální síti, které povedou ke zvýšení povědomí o dané firmě. Vzhledem k zaměření práce se teoretická část vhodně věnuje marketingové komunikaci v online prostředí, kapitola 2.4 je pak zaměřena výhradně na reklamu na Facebooku - tato kapitola mohla být ještě konkrétnější. Vzhledem k aktuálnímu vývoji oblíbenosti sociálních sítí chybí bližší rozebrání významu Instagramu a jeho vztahu s nástroji Facebooku. Místy bych ocenil novější zdroje - sociální sítě jsou velmi dynamický obor. Metodika je náležitě popsána v samostatné kapitole. Ke sběru dat student využil polostrukturované rozhovory se zástupcem společnosti, jejichž přepis lze správně dohledat v přílohách práce, dále analýza webových stránek firmy za použití Google Analytics a následně byly vytvořeny a přímo A/B testovány jednotlivá reklamní sdělení (4 varianty). Praktická část práce začíná představením společnosti Metrotile Cz a prezentovanou SWOT analýzou. Následuje dostatečně podrobný popis tvorby reklamní kampaně včetně jejích jednotlivých atributů (cílová skupina, cíle, timing, rozpočet atd.) a detailní vyhodnocení. Konkrétnější doporučení jsou však prezentována až v samotném závěru práce. Bylo by vhodné, aby doporučení byla více detailnější (s ohledem na cíle práce) a prezentována na konci praktické části (i vzhledem k zadání práce). S přihlédnutím k délce ostatních kapitol mohla být praktická část delší a podrobnější. Text obsahuje drobné jazykové nepřesnosti a překlepy. Souhrn v angličtině by měl být na lepší úrovni! Výsledná struktura práce se mírně liší od zadání, ale lze to tolerovat, obsahově odpovídá. Práce obsahuje některé formální nedostatky: obrázky a tabulky v přílohách by také měly být patřičně číslovány a uvedeny v seznamech na začátku práce, špatná čísla příloh v textu (neodpovídá obsahově, což vede k horší orientaci a pochopení textu). Na práci je znát zájem autora o dané téma. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jedním z doporučení je zaměřit se na kvalitnější zacílení kampaní tak, aby cílová skupina byla podobná se stávajícími zákazníky. Jaké parametry by pro cílení měly být použity? Jaké nástroje pro tyto potřeby Facebook nabízí?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaké jsou výhody a jaké nevýhody remarketingu? Prosím, vysvětlete a popište na příkladech.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jak se měří povědomí o značce? Popište konkrétní metriky a nástroje měření.

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

K čemu slouží atribuční modely při měření efektivity jednotlivých online kanálů? Prosím, popište alespoň tři různé atribuční modely a rozeberte jejich výhody a nevýhody.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	X
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 30.12.2018

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz