

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Online marketingová kampaň společnosti Wood-Mizer CZ s.r.o.

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Melník Martin

**Vedoucí práce:** Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	<b>X</b>
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	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	<b>X</b>
	Aktuální prameny	
	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	<b>X</b>
	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

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Záměrem práce je optimalizovat online komunikaci zvolené firmy. Teoretická část poskytuje relevantní poznatky a je doplněna o aktuální přístupy i trendy v online marketingu. V kapitole metodika je popsán postup šetření dle jednotlivých dílčích cílů. Analytická část obsahuje několik rozborů, ať už reklamy, PR či přímého marketingu. Dále je provedena komparace s konkurenčními společnostmi v oblasti komunikace a znázorněna v komparačních tabulkách. Součástí práce je i šetření feedbacku od zákazníků k jednotlivým částem společnosti či komunikačním kanálům společnosti. V závěru provedená SWOT analýza vychází z předchozích šetření. Návrhy práce jsou uvedeny strukturovaně dle jednotlivých aktivit v návaznosti na fázi zákaznické cesty (framework STDC), čímž práce získává na přehlednosti a jednoznačnosti. Dále jsou návrhy podrobněji vysvětleny a odůvodněny včetně ekonomického posouzení. Práci lze považovat za velmi přínosnou pro danou společnost, a proto ji navrhuji k obhajobě.

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

Který svůj návrh považujete za nejpřínosnější a proč?

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

V práci směřujete komunikaci na dva hlavní segmenty. Uveďte tři nejzásadnější rozdíly, tj. odlišnosti navrhované komunikace pro každý segment.

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

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 14.05.2024

\_\_\_\_\_  
Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz