

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Online marketingová kampaň restaurace X

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Kučaba Filip

Oponent práce: Ing. Chocholáč Jan, 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	X
	Zastaralé prameny	X
	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	X
	Formální bez užších vazeb na text	

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

Další hodnocení:

Předložená bakalářská práce Filipa Kučaby se zabývá problematikou online marketingové kampaně, což je v současné době velmi aktuální téma pro mnoho organizací. Student si v souhrnu stanovil cíl bakalářské práce následovně: „Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit, jak maximálně zefektivnit akvizici nových zákazníků restaurace X skrze online marketingovou kampaň.“, dále byly stanoveny čtyři dílčí cíle, přičemž je možné konstatovat, že cíl práce i dílčí cíle byly splněny. Student ve druhé kapitole bakalářské práce vymezil zkoumanou problematiku se zaměřením na marketing, marketingový mix, komunikační mix, online marketing a food delivery, čímž položil adekvátní teoretický základ pro další kapitolu bakalářské práce. Zároveň je však nutné konstatovat, že student nemusel vymezovat marketing ani marketingový mix (2.1.1), protože je to vzhledem k tématu práce nadbytečné. Naopak podkapitola 2.2.3 Food delivery mohla být povýšena na podkapitolu druhé úrovně. V rámci třetí kapitoly student analyzoval současný stav zkoumané problematiky s využitím metody rozhovorů a analýzy dat, přičemž výsledky analýzy využil pro návrh online marketingové kampaně a doporučení pro její optimalizaci. Návrhy a doporučení, prezentované v bakalářské práci, jsou implementovatelné v praxi. Bakalářská práce je úplná, obsahově logicky provázaná, velmi dobře strukturovaná a obsahuje mnoho obrázků, grafů, tabulek a příloh, které velmi vhodně dokreslují řešenou problematiku. Předloženou bakalářskou práci doporučuji k obhajobě, protože student splnil požadavky kladené na tento typ kvalifikační práce.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Cíl bakalářské práce byl stanoven v Souhrnu takto: “Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit, jak maximálně zefektivnit akvizici nových zákazníků restaurace X skrze online marketingovou kampaň.”. Definujte, co znamená pojem “zefektivnit”. Doložte ideálně konkrétním propočtem, že Váš návrh opravdu povede k maximálnímu zefektivnění akvizice nových zákazníků respektive, že žádné jiné opatření v této oblasti nemůže přinést lepší výsledek.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaký byl hlavní důvod pro výběr pouze jednoho marketingového nástroje (blesková sleva) v online kampani restaurace X? Jaké alternativní marketingové nástroje kromě bleskové slevy byly ještě posuzovány?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jaká konkrétní kritéria byla použita pro výběr restaurace Y jako konkurenčního případu pro srovnání využití marketingových nástrojů?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Jaká jsou potenciální rizika spojená s implementací navrhovaných změn v online marketingové strategii restaurace X a jak navrhujete těmto rizikům čelit?

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 10.06.2024

Podpis oponenta práce