



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Jaroslav Dlask

Název práce: Digitální marketing

Autor posudku: Ing. Jan Petružálek

Cíl práce: Hlavním cílem práce je tedy vytvořit ucelený přehled, jak uživatelé internetu vnímají nástroje digitálního marketingu. Přehled pomůže marketingovým specialistům při určení jejich vlastní marketingové strategie pro český trh.

| Povinná kritéria hodnocení práce | Stupeň hodnocení (známka) | | | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | A | B | C | D | E | F |
| Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vymezení cíle a jeho naplnění | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Zpracování teoretických aspektů tématu | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Zpracování praktických aspektů tématu | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hloubka a správnost provedené analýzy | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Práce s literaturou | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Logická stavba a členění práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jazyková a terminologická úroveň | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formální úprava a náležitosti práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vlastní přínos studenta | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

V rámci výsledků anti plagiátorské kontroly (0% shoda), práce nevykazuje porušení pravidel.

Dílčí připomínky a náměty:

Práce přijatelnou formou popisuje základní aspekty digitálního marketingu. I když osobně si myslím, že je škoda nevyužití studentova zájmu o UX, od kterého by se práce mohla odvíjet zajímavějším směrem. Použitá literatura a práce s ní je v rámci rozsahu na dostatečné úrovni, avšak některé pojmy jako např. *bannerová slepota* by mohly být popsány pomocí odbornější literatury. Informace na str. 15 a 16 o užívání FB by měli být podpořeny uvedením zdrojů. Práci bych vytkl nedodržením základní struktury, zcela chybí oddíl se stanovením cíle, která by práci více uvedla. Zajímavé postřehy a data nabízí

výsledky z praktické části, kde jako přínos hodnotím uvedení změn preferencí v souvislosti s věkem respondentů.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práci hodnotím jako celkově přínosnou, škoda nevyužití nových poznatků ze zahraničních zdrojů a nejmodernějších trendů a přístupů k digitálnímu marketingu. Bakalářská práce po formální stránce splňuje nároky kladené FIM UHK na úroveň závěrečných prací. Přes výše zmíněné nedostatky doporučuji práci k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

Má student povědomí o nástroji pro správu PPC kampaní na Facebooku? Pokud byste dostal za úkol propagovat web UHK, na jakou formu dig. marketingu byste se zaměřil prvně?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradec Králové, dne 13. května 2019

podpis