

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Filip Svárovský

Název bakalářské práce: Optimalizace produktových inzerátů v placeném vyhledávání

Cíl práce: Popis marketingového prostředí v placeném vyhledávání | Reklamní systém Google Ads
Strategie a praktická optimalizace produktových inzerátů

Jméno vedoucího bakalářské práce: Ing. Petr Weinlich, Ph.D.

| | Výborně | Velmi dobře | Dobře | Neprospěl |
|--|-----------------------|-------------|----------|-----------|
| I. Hodnocení zpracování tématu studentem: | | | | |
| Splnění cíle práce | | x | | |
| Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu | | x | | |
| Hloubka provedené analýzy | | x | | |
| II. Hodnocení struktury a obsahu práce: | | | | |
| Přehlednost a logická stavba (struktura) práce | | x | | |
| Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů | | | | |
| Schopnost studenta zpracovat získané podklady | | x | | |
| Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce | | x | | |
| Formulování vlastních názorů studentem | | x | | |
| III. Hodnocení formy a stylu práce: | | | | |
| Formální úprava práce (text, tabulky, grafy) | | | x | |
| Stylistická úroveň práce | | x | | |
| Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací | | x | | |
| Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací | | x | | |
| | | | | |
| Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG | Posouzeno bez výhrad | | | x |
| | Posouzeno s výhradami | | | |

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k bakalářské práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě bakalářské práce:

**Jaké jsou výhody restrukturalizace kampaně po vzoru Bloomart?
Obrázek č. 12 - jaká je role Google Merchant Center v znázorněném schématu?**

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 27.5.2021

.....
Podpis vedoucího bakalářské práce



Bakalářská práce s názvem „Optimalizace produktových inzerátů v placeném vyhledávání“ pana studenta Filipa Svárovského se zaměřuje na aktuální problematiku optimalizace produktových inzerátů. V teoretické části autor popisuje digitální marketing, sociální sítě a inzertní systém Google Ads.

V praktické části bakalářské práce ale není zcela zřejmý přímý praktický přínos autora. Autor popisuje vlastnosti Google Shopping, možnosti nahrávání dat a propojení Google Shopping s Google Ads. Praktický přínos práce nejspíše spočívá v zavedení nové struktury kampaní pomocí tzv. Bloomartů spočívajících v novém způsobu segmentace zobrazování produktů na základě vyhledávacího dotazu. Praktický přínos restrukturalizace kampaní je demonstrován pouze jednou tabulkou na straně 50 a, bohužel, není nikde explicitně popsán. Za hlavní přínos BP lze považovat vytvoření praktického návodu na práci s Google Shopping a přidruženými systémy. Nicméně bylo by určitě zajímavé vidět více praktických výstupních dat, jež by umožnila ověřit přínos realizovaných změn na reálných příkladech.

Z bakalářské práce je zřejmé, že se student v popisované problematice vyzná a zpracovanému tématu rozumí, ale bohužel zcela ignoroval některá pravidla při tvorbě studentských závěrečných prací dané Směrnicí děkana EF TUL č. 1 /2019 (např. neozdrojované obrázky a tabulky, seznam literatury). Na závěrečné práci je bohužel znát, že neprošla řádnou finalizací a tím student výrazně snížil její profesní úroveň.

Bakalářskou práci „Optimalizace produktových inzerátů v placeném vyhledávání“ i přes mé výtky doporučuji k obhajobě.

