

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Jakub Rydval

Název bakalářské práce: Aplikace digitálních medií v marketingu distributorské outdoorové firmy

Cíl práce: Hlavní náplní bakalářské práce je vyhodnocení dosavadních marketingových dat o online chování potenciálních i stávajících zákazníků společnosti Cycology s.r.o. a následné navržení optimalizačních strategií pro tvorbu budoucích kampaní.

Jméno vedoucího bakalářské práce: Mgr. Tereza Semerádová, Ph. D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
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		x		
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady		x		
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce			x	
Formulování vlastních názorů studenta			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		

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:

- 1) Na straně 30 uvádíte, že součástí přípravy marketingové kampaně byla volba správné cílové skupiny společnosti. Můžete upřesnit, jak tato volba probíhala a na základě jakých dat?
- 2) Mohl byste shrnout přínosy digitálních medií pro propagaci společnosti Cycology? Jakým způsobem byla tato média používána před optimalizací strategie a jakým způsobem budou používána v budoucnosti?

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

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře minus

Datum:

.....
Podpis vedoucího bakalářské práce

Student se v bakalářské práci věnuje rozboru aktuální strategie využívání digitálních médií v marketingu společnosti Cycology a návrhu doporučení pro budoucí marketingové strategie. Na základě jím připravených a realizovaných kampaní vyhodnocuje úspěšnost jednotlivých příspěvků na sociálních sítích a úspěšnost offline akcí propagovaných touto formou. Student při hodnocení úspěšnosti zvažuje nejen demografická kritéria, jakými jsou věk či pohlaví, ale také technologická kritéria zahrnující typ zařízení, na němž byl příspěvek zobrazen. Přesto, že jsou v práci velmi podrobně rozepsány statistiky k jednotlivým příspěvkům zveřejněným na Facebooku, student opomíná tyto výstupy dále rozvést v podobě budoucích doporučení. Práci chybí hlubší analýza využívání digitálních médií v marketingové strategii firmy a zhodnocení jejich dopadů na zákaznické chování. Praktická část práce by zasloužila větší provázanost mezi jednotlivými popisovanými kroky a propracovanější návrh optimalizačních strategií.