

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Radka Černohousová

Název bakalářské práce: Návrh optimálního řešení propagace pro společnost působící v oboru tvorby logotypů, tiskové grafiky a tvorby internetových stránek

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

Jméno oponenta bakalářské práce: Ing. Jan Cabalka

Oponent: - název firmy: Siemens s.r.o.

- pracovní zařazení: IT Programátor kontakt: jan.cabalka@siemens.com

	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	x			
Schopnost studenta 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			

Slovní hodnocení a připomínky k bakalářské práci v rozsahu minimálně deseti řádků uveďte, prosím, na druhou stranu posudku.

Otázky k obhajobě bakalářské práce:

1. V kapitole 2.3.2 PPC jsou jako možnosti PPC reklamy zmíněny GoogleAds a Sklik – dokážete tyto dva konkurenční nástroje porovnat?
2. V kapitole 3.6 SWOT je jako slabá stránka zmíněno, že webové stránky neodpovídají současným trendům. Jaké jsou současné trendy?
3. Provedla firma na základě vašich doporučení některé kroky pro zlepšení svého marketingu? Pokud ano, jaké?

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

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: Výborně

Datum: 05.06.2020

Podpis

Studentka v teoretické části přehledně zpracovala aktuální možnosti marketingu pro firmy. Analýza konkurenčních firem z hlediska marketingu je na základě veřejně dostupných dat vypracována velmi dobře a může sloužit i jako odborný materiál pro podporu rozhodování dalších marketingových kroků firmy. V práci je pak odborně a realisticky navržen postup pro firmu, jakým by mohla realizovat svou budoucí propagaci, která se na základě zjištění publikovaných v této práci jeví jakožto nezbytným krokem. V rámci práce bych však ocenil, kdyby byly více vyhodnoceny údaje z nástroje Google Analytics.

Z hlediska formální úpravy je práce přehledně členěná, studentka výborně pracuje s literaturou a jejími citacemi.

Závěrem oceňuji zajímavý vhled při analyzování firmy, která se v rámci svého portfolia marketingem profesionálně zabývá, ale zároveň jej v plné síle nevyužívá pro svou propagaci.

Práce odpovídá zadání a doporučuji ji k obhajobě.