



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Veronika Absolonová

Název diplomové práce: Moderní metody online marketingu ve společnosti Škoda Auto a.s.

Jméno vedoucího diplomové práce: PhDr. Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.

Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Jana Zeithamlová

Oponent: - **název firmy:** Externí konzultant ŠKODA Auto a.s. (Computer Help s.r.o.)

- **pracovní zařazení:** Projektový manažer, Online marketing

- **kontakt:** ext.jana.zeithamlova@skoda-auto.cz; 776 575 623

	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 diplomantem	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 diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

Jaké procesy byste nastavila pro zajištění lepší spolupráce a informovanosti mezi marketingovými odděleními?

Uveďte případná rizika spojená s implementací multimediálních prezentací na firemních internetových prezentacích.

Jaké další online komunikační nástroje byste použila k efektivnímu oslovení potenciálních zákazníků o vůz nižší střední třídy?





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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

Výborně

Datum: 19.1.2012

Podpis oponenta diplomové práce

Diplomantka pro vypracování diplomové práce zvolila vhodnou logickou strukturu. Práce svým obsahem lehce přesahuje doporučený rozsah, nicméně problematika, kterou si diplomantka vybrala je s ohledem na rychlý vývoj v oblasti nových technologií a komunikačních nástrojů tématem obsáhlým a nedává tak mnoho prostoru pro stručný popis. Přínosem práce by mohla být detailní analýza jedné z vybraných aktivit. Citovaná literatura je pro danou problematiku zvolena vhodně a elegantně doplněna o bohaté praktické poznatky.

V práci se nejprve zaměřuje na samotné představení firmy, analýzu jejího vnitřního a vnějšího prostředí, zmiňuje významný potenciál internetu a online médií v hektickém digitálním věku. Plynule pak přechází k popisu jednotlivých aktivit oddělení, na kterém působila.

Silnou stránkou práce je analýza konkurence. Diplomantka si správně uvědomuje jak významná a podstatná je znalost tržního prostředí a rostoucí potenciál na světových trzích. Detailní přehled o přímé konkurenci a jejích aktivitách umožní včas identifikovat příležitost jak se na trhu odlišit a získat tak důležitou konkurenční výhodu. V tomto případě odhaluje neefektivní volbu komunikace prostřednictvím různých na světových trzích již netendenčních online nástrojů a logicky navrhuje zvýšit důraz na komunikaci prostřednictvím sociálních sítí, jejichž význam neustále narůstá.

Teoretická část se vhodně prolíná s praktickými poznatky. Mimo jiné obsahuje informace o vzniku internetu, jeho historickém vývoji a jeho srovnání s tradičními médii. Popisuje rostoucí tendenci užívání internetu v běžném životě a hodnotí nárůst uživatelů na vybraných rychle rostoucích trzích. To vše dokládá přehlednými grafy, které v číslech potvrzují významný potenciál tohoto informačního a komunikačního média.

Online marketingu je věnovaná samostatná kapitola navazující na rozbor webových stránek společnosti. Praktická část je v kombinaci s citacemi zpracována srozumitelně a čtivě. Nabízí celkem pestrou nabídku marketingových nástrojů, popis jejich využití, nástroje pro vyhodnocení úspěšnosti online kampaní a praktická doporučení na zefektivnění plánovaných online aktivit. Již to lze považovat za konkrétní přínos této práce nejen pro analyzované oddělení, ale i pro další čtenáře hledající inspiraci a podklady pro zatraktivnění a rozšíření obsahu na svých webových stránkách a sociálních médiích. Větší pozornost by si zasloužila mobilní zařízení a mobilní webové stránky.

Diplomantka prokázala přehled nejenom v oblasti nových médií a nástrojích internetového marketingu, ale i analytických nástrojích, které marketérům umožní rychlé vyhodnocení kampaní a vynaložených investic. Jako velmi přínosný vidím návrh využití cloudu pro ukládání aplikací aj. obsahu a to zejména pro společnost, která používá centrální řešení a nasazuje jej i na vzdálených zahraničních trzích.

Diplomová práce naplňuje vytyčené cíle zadání a doporučuji ji k obhajobě.

