

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Vladimír Špringl

Název diplomové práce: Volba optimální marketingové strategie v prostředí sociálních sítí

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

Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Ondřej Bolkovec

Oponent: - **název firmy:** Bianco s.r.o.

- **pracovní zařazení:** Marketingový ředitel

kontakt: +420 736 741 560

	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 (uved'te na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

Jak lze minimalizovat rozdílnost výsledků v reportování u analytických nástrojů Google Analytics a Správce reklam?

Disponuje Facebook vlastním nástrojem pro A/B testování? Pokud ano, jaké proměnné umožňuje testovat?

Který nástroj a způsob optimalizace v rámci internetového marketingu na sociálních sítích byste zvolil, pokud by strategií byl co největší zásah v rámci cílové skupiny?

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: Velmi dobře



Datum: 3.5.2019, Liberec



Podpis oponenta diplomové práce

Slovní hodnocení a připomínky k diplomové práci:

Diplomant Vladimír Špringl zvolil ve své práci velmi aktuální téma internetového marketingu v prostředí sociálních sítí, s čímž úzce souvisí volba marketingové strategie. Samotné sociální sítě jsou v oboru on-line marketingu vysoce komplexní disciplínou a jejich shrnutí v rámci rozsahu diplomové práce může být obtížné.

V první kapitole jsou popsány obecné informace týkající se oboru marketingu s přihlédnutím na marketing internetový. Na první kapitolu navazuje užší zaměření na nástroje internetového marketingu, kde se autor rozepisuje o jednotlivých kladech a záporech nejvyužívanějších kanálů internetového marketingu v současné době. Informační obsah považuji za správný, nicméně rozsah se částmi jeví jako nadbytečný vzhledem k vybranému tématu diplomové práce. Vzhledem k sofistikovanosti nástrojů internetového marketingu bych volil i v teoretické části větší zaměření na samotné sociální sítě.

Jako velmi zdařilou hodnotím kapitolu Tvorba optimální online marketingové strategie pro její informační hodnotu a praktický přesah. Diplomant do detailu popsal tvorbu kampaně v prostředí sociálních sítí a všechny atributy, kterým je třeba při tvorbě kampaně rozumět.

Z praktické části diplomové práce je zřejmé, že má autor dostatek praktických zkušeností se sociálními sítěmi a nástroji pro správu inzerce. Veškeré zkušenosti byly do práce implementovány rozsáhlým způsobem, včetně vlastních grafických ilustrací z jednotlivých reklamních systémů. V neposlední řadě musím zmínit časovou náročnost v rámci hledání optimální marketingové strategie, kterou lze z práce vypožorovat.

Shrnutí a závěr práce naznačují, že došlo k zefektivnění marketingové strategie pro sociální sítě a zároveň ke zvýšení klíčových výkonnostních ukazatelů jako je návštěvnost webových stránek a konverzní poměr. Zmíněné ukazatele mají prokazatelný vliv na hospodářský výsledek firmy.

Celkově je dané téma zpracováno velmi dobře a srozumitelnou formou. Diplomová práce obsahuje vhodně zakomponované ilustrativní ukázky a citace. Obor internetového marketingu je velmi široký, proto bych věnoval v práci více prostoru samotným sociálním sítím. V rámci tvorby optimální online marketingové strategie bych pro účely této práce upustil od proměnné brandu a zmínil ji pouze okrajově, svým rozsahem by mohla být tématem práce jiné. Více bych naopak podpořil daty závěr práce, který pojednává o praktickém přínosu.

Diplomovou práci Bc. Vladimíra Špringla

doporučuji

k obhajobě před zkušební komisí pro SZZ a hodnotím ji známkou

VELMI DOBRĚ

