

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Jakub Rydval

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

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

Jméno oponenta bakalářské práce: Bc. Ondřej Němec

Oponent: - **název firmy:** BIKE BROTHERS IMPORT, s.r.o.

- **pracovní zařazení:** jednatel firmy

kontakt: ondrej@bikebrothers.cz

	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) K jakým závěrům jste došel při zpětném hodnocení online marketingových kampaní na sociálních sítích?
- 2) Plánujete implementaci výsledků Vaší bakalářské práce na online marketing ve společnosti Cycology?

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

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře





Datum:

21.5.18

Podpis oponenta bakalářské práce

Autor v teoretické části bakalářské práce definuje pojmy marketing, online marketing a dále se zabývá nástroji online marketingu. Teoretická část vychází z dostatečného množství kvalitních zdrojů. V praktické části potom podrobně popisuje přípravu marketingových akcí realizovaných v rámci praxe ve společnosti Cycology. Na konkrétních marketingových kampaních na sociálních sítích autor demonstuje využití online marketingu. Autor pracuje s daty zahrnujícími věk uživatelů, bydliště a zařízení ze kterého se připojují na sociální sítě. Zjištěné výstupy by si zasloužili podrobnější analýzu a v návaznosti na to také doporučení pro nastavení budoucích marketingových kampaní. Cílem by mělo být dosáhnout maximální efektivity online marketingu s ohledem na potřeby společnosti Cycology.

