

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Kateřina Šilhánová

Název bakalářské práce: Dopad PPC reklam na návštěvnost webu

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

Jméno oponenta bakalářské práce: Ing. Vladimír Špringl

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

- **pracovní zařazení:** Social ads specialist

- **kontakt:** vladimir.springl33@gmail.com , + 420 739 227 612

	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. Které inzertní prostředí je z uživatelského pohledu propracovanější - Sklik nebo Google Ads?
2. Jak probíhá implementace Google Analytics na webovou stránku? Jaké různé metriky je možné v Google Analytics sledovat?

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

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: Výborně

Datum: 1.6. 2020

Podpis oponenta bakalářské práce

Bakalářská práce je zaměřena na tvorbu a analýzu PPC reklam pro vybraný projekt Barník. V rámci závěrečné práce jsou popsány nejdůležitější online marketingové kanály a nástroje, které se v současné době nejvíce používají a aplikují.

Praktická část se věnuje samotné tvorbě PPC kampaně. Velmi kladně hodnotím prvotní analýzu veškerých marketingových aktivit, které firma realizovala v průběhu své existence. Samotný postup tvorby PPC kampaní může být pro laika velmi složitý, nicméně autorce se povedlo popsat veškeré dílčí kroky velmi detailně a srozumitelně. Je zřejmé, že autorka práce má s inzertním prostředím jisté zkušenosti. Pro snazší orientaci bych doporučil přidat více obrázků přímo ze zmíněného reklamního prostředí.

Jako velmi zdařilou část považuji kapitolu "Návrh online marketingových aktivit", kde se autorka zaměřuje na využití jiných a vhodnějších marketingových aktivit a nástrojů pro tento projekt. Veškeré návrhy jsou velmi dobře popsány a vysvětleny, a především mohou být reálně využity pro budoucí marketingové aktivity firmy.