

Hodnocení navrhované vedoucím bakalářské práce: **velmi dobře**

Hodnocení navrhované oponentem bakalářské práce: **velmi dobře**

Průběh obhajoby bakalářské práce:

Otázky oponenta

Vysvětlete, na jakém principu funguje zobrazování reklam jednotlivým uživatelům na Youtube.

odpověděl

Na straně 60 uvádíte, že 34,48% respondentů by bylo ochotných zaplatit dodatečnou přírážku sociální síti za neposkytování jejich osobních údajů pro reklamní účely. Nebyla by tato přírážka nelegální? Věděl byste, za jakých podmínek může sociální síť nakládat s osobními daty uživatelů?

odpověděl částečně

Otázky vedoucího

V práci uvádíte, že uživatelé věnují větší pozornost reklamě na Youtube než reklamě v televizi. Dokázal byste vysvětlit, proč se reklamy na Youtube těší většímu zájmu?

odpověděl

Z celkového počtu 116 respondentů 56,9% uvedlo, že používá AdBlock jako způsob omezení nechtěných reklam. Věděl byste, jakým způsobem Youtube tuto aplikaci obchází?

odpověděl částečně

Ing. Petr Weinlich, Ph.D.

Mohl byste upřesnit zastoupení uživatelů z generace Z a Y ve Vašem souboru respondentů? Myslíte si, že existuje dostatečná kupní síla v generaci Z pro všechny reklamy, které jsou na ni cílené?

odpověděl

Ing. Petr Weinlich, Ph.D.

Vysvětlete pojem "on demand televize". Máte představu, jaké jsou náklady na televizní reklamu a na reklamu na YouTube?

odpověděl částečně

doc. Ing. Klára Antlová, Ph.D.

Proč si myslíte, že internetové firmy čím dál častěji investují do televizní reklamy? Jaká je pozice veřejno-právní televize v tom novém uspořádání?

odpověděl

Členové zkušební komise:

doc. Ing. Klára Antlová, Ph.D.

Ing. Dana Nejedlová, Ph.D.

Ing. Petr Weinlich, Ph.D.

Mgr. Tereza Semerádová, Ph.D.

Klasifikace: **velmi dobře**

Datum obhajoby: **3. září 2018**

.....
podpis předsedy