

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení: Tomáš Roudnický

Název diplomové práce: Search Engine Optimization a jeho efektivita ve srovnání s Pay-per-Click reklamou

Volba tématu:	1.	Aktuální, málo frekventované téma práce	
	2.	Aktuální, časté téma práce	
	3.	Neaktuální téma práce	
	4.	Nevhodně zvolené téma	
Cíl práce a jeho naplnění:	1.	Vhodně zvolený cíl, který byl naplněn	
	2.	Vhodně zvolený cíl, který byl částečně naplněn	
	3.	Vhodně zvolený cíl, který nebyl naplněn	
	4.	Nevhodně zvolený cíl	
Struktura práce:	1.	Pro dané téma velmi vhodná	
	2.	Pro dané téma částečně vhodná	
	3.	Pro dané téma nevhodná	
Práce s literaturou:	1.	Vynikající, použity dosud neběžné prameny	
	2.	Velmi dobrá, použity nejnovější dostupné prameny	
	3.	Dobrá, použity běžně dostupné prameny	
	4.	Slabá, použity zastaralé prameny	
	5.	Nevyhovující – použito málo zastaralé literatury	
Vybavení práce tabulkami, grafy, přílohami:	1.	Výborné	
	2.	Velmi dobré, funkční	
	3.	Dobré – jen částečně odpovídá nutnému doplnění textu	
	4.	Nedostačující	
Grafická stránka:	1.	Výborná	
	2.	Velmi dobrá	
	3.	Dobrá	
	4.	Nevyhovující	
Jazyková stránka:	1.	Stylistika:	a) Výborná
		b) Dobrá	
		c) Nevyhovující	
	2.	Gramatika:	a) Výborná
			b) Dobrá
			c) Nevyhovující

- Zásadní připomínky k práci:**
1. **nemám**
 2. **mám tyto:**

Další hodnocení:

Práce se zabývá tématem, které je doposud (především v českých podmínkách) nové a ke kterému ucelený vědní obor podpořený komplexní teorií teprve vzniká. Proto je třeba především ocenit, že technické téma diplomant vhodně zaměřil na aspekt, který je pro zpracování na Fakultě managementu velmi vhodný.

Teoretická rešerše přiměřeným způsobem shrnuje stav v předmětné oblasti a předkládá všechny nezbytné znalosti nutné k zodpovězení výzkumné otázky. Pokud jako vedoucí práce mám k některým částem drobné výhrady, jedná se o spor odborného rozměru, který v průběhu práce vedl k oživujícím konzultacím a diskusím nad tématem. Diplomant ale dokázal své odborné postoje obhájit a argumentem podporujícím jeho tvrzení je i skutečnost, že se oboru věnuje profesně a je schopen své živobytí obhájit před skutečnými zákazníky.

Po stránce formální práce nevybočuje z průměru obvyklého na Fakultě managementu. Neobsahuje závažné stylistické ani gramatické chyby. Typografie se ani zdaleka neblíží „krásné literatuře“, formátování ale neklade čtenáři významné překážky v chápání a porozumění textu. Odkazování na literaturu odpovídá zvyklostem běžným na akademické půdě a seznam literatury je svým rozsahem na Fakultě managementu nadprůměrný.

V praktické části pak diplomant srovnává výhodnost daného nástroje s dalším nejobvyklejším a hodnotí jej z hlediska efektivity s ohledem na marketingovou kampaň organizace. Závěrům by jistě prospělo hlubší zhodnocení ve smyslu kritického myšlení, které je nezbytnou součástí akademické práce, se závěry však nelze nesouhlasit a jsou koherentní s dosavadními poznatky oboru.

S ohledem na uvedené *doporučuji práci k obhajobě*, navrhuji hodnocení *výborně nebo velmi dobře*.

Otázky k ústní obhajobě práce:

Ve stručnosti diskutujte efektivitu klíčových slov nacházejících se v tzv. oblasti short a long-tail, resp jejich vliv na konverzní poměr a bounce rate.

Datum:

23. prosince 2011

Podpis vedoucího práce

Tomáš Křinčl

