

Posudek vedoucího bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Reklama na YouTube a její význam na českém trhu

Autor bakalářské práce:

Jan Borýsek

Cíl bakalářské práce:

Představit současné možnosti reklamy na YouTube včetně vyhodnocení její efektivity a zhodnocení postojů internetových uživatelů k reklamě na YouTube v porovnání s reklamou v televizi. Dílčím cílem je pak na základě komparace vybraných mediálních ukazatelů zhodnotit potenciál YouTube a identifikovat zastupitelnost televizních kanálů tímto video portálem.

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	10
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos k řešení problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	9
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	96
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Bakalářská práce se zabývá velmi aktuální problematikou internetového marketingu. Teoretická část přináší zajímavý přehled současných možností reklamy na YouTube, v praktické části je pozornost věnována její účinnosti a postojům uživatelů k této formě propagace. Velmi zajímavým momentem je pak srovnání YouTube s televizí, které je v současnosti živě diskutováno. V bakalářské práci je využito adekvátních metod, jsou analyzována data z reklamních kampaní na YouTube, a to jak za vybraný soubor inzerentů agregovaně, tak v podrobném pohledu pro zvoleného inzerenta - značku Litovel. Analýza je doplněna o průzkum postojů uživatelů internetu k reklamě na YouTube a televizní reklamě. Analytická část přináší v závěru srovnání základních mediálních ukazatelů mezi YouTube a televizí, kdy je čerpáno ze sekundárních dat. Dojem z práce místy snižuje stylizace textu, po formální stránce nemá práce nedostatky. Otázky:

1) Jak vychází pro kampaň značky Litovel ukazatel CPM za sledované formáty? Srovnajte s výsledky studie InBorn. 2) Jaká doporučení pro úspěch v inzerci na YouTube byste inzerentům navrhnul?

Jméno vedoucího bakalářské práce:

Ing. Václav Stříteský, Ph.D.

Pracoviště vedoucího bakalářské práce:

Katedra marketingu, VŠE