

Posudek oponenta 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	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	10
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	10
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	9
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	97
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Volba tématu práce odráží současně odborné diskuse o významu TV reklamy a její zastupitelnosti reklamou na internetu. Práce je velmi přehledně uspořádána s logickými návaznostmi, orientace v ní je na velmi dobré úrovni. V teoretické části jsou shrnuty základní poznatky k tématu. Těžiště je v praktické části. V metodologické části je relativně podrobně vysvětlena použitá metodika. Primárnímu výzkumu předchází práce se sekundárními daty, ta jsou dále použita i pro vysvětlení a dokreslení výstupu analýz. Provedené analýzy jdou dostatečně do hloubky, výsledky jsou vzájemně provázány, jsou vyvozeny logické závěry. Práci charakterizuje promyšlenost a zacílení na hledání odpovědí nastavených v úvodu. Celkově obsah velmi dobře koresponduje s cíli práce. Oceňuji praktičnost a praktickou využitelnost. Otázky k obhajobě: Odpovídá struktura dotazovaného vzorku struktuře uživatelů internetu, kteří sledují YouTube? Mohlo výsledky analýz ovlivnit, že zkoumaná videa mají sloužit především jako nástroj budování značky? Na str. 31 je uvedeno, že CTR obou formátů reklam na YouTube je vyšší než standardy v obsahové síti. Jaké jsou standardy?

Jméno oponenta bakalářské práce:

Ing. Marcela Zamazalová, Ph.D.

Pracoviště oponenta bakalářské práce:

VŠE v Praze, FPH, KMG

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi bakalářské práce.

19. květen 2015

podpis oponenta bakalářské práce