

Posudek oponenta bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Internet jako komunikační kanál - návrh kampaně pro konkrétní společnost

Autor bakalářské práce:

Jakub Stingl

Cíl bakalářské práce:

Cílem práce je návrh online kampaně týkající se konkrétního produktu, podpora jeho prodeje a zvýšení povědomí o značce.

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	9
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	10
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	8
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	8
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	10
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	7
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos k řešené problematice	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	9
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	90
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Vymezení cíle práce je úzce spjato s aktuální praxí a daří se ho naplnit, využitelnost výsledků a přenositelnost na další produkty je vysoká. Použité metody a přístup k řešení problémů je optimální, téma vyžaduje získání orientace ve více podoborech a určitou míru kreativního přístupu. Analýza ve vztahu k produktu je odpovídající, vhodnější by bylo pracovat s větším vzorkem dat a získat přístup k datům o konverzi, která by především u kampaně na Facebooku zpřesnila hodnocení. Informační zdroje jsou pro práci na téma internetu odpovídající, logická stavba a členění práce dobře promyšlené, chybí hlubší jazyková korektura, formální úprava je v pořádku. Vlastní přínos je v rámci možností daného tématu vysoký, využitelnost výsledků okamžitá bez nutnosti větší korekce. Celkově jde o velmi dobře provedenou práci s praktickými základy a využitím. Otázky: 1. Jaký posun ve výsledcích se dá předpokládat u produktu, kterým je nabídka studia, prezentovaná vysokými školami jako inzerenty, ve srovnání s nabídkou produktu, využitého v praktické části práce? 2. Jaká opatření jsou vhodná s přihlédnutím k hlavní cílové skupině 15 -24 let pro omezení tzv. bannerové slepoty?

Jméno oponenta bakalářské práce:

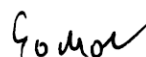
Mgr. Marek Sochor

Pracoviště oponenta bakalářské práce:

OPTIME, mediální zastoupení portálů se zacílením na mladé lidi se zaměřením na prodej a optimalizaci reklamy

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

6. květen 2015



podpis oponenta bakalářské práce