

## Posudek vedoucího diplomové práce

### Název diplomové práce:

Real time bidding jako nový způsob nákupu plošné reklamy

### Autor diplomové práce:

Bc. Ondřej Götthans

### Cíl diplomové práce:

Představit Real time bidding (dále RTB) jako nový způsob nákupu plošné reklamy a charakterizovat jeho specifika v komparaci s tradičními způsoby nákupu reklamního prostoru. Na základě provedené analýzy českého RTB trhu, porovnání s vybranými trhy střední a východní Evropy a expertních rozhovorů zhodnotit současné postavení technologie RTB v nákupu plošné reklamy a odhadnout očekávaný vývoj českého trhu v nejbližších letech.

| HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ 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 | 9                  |
| 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                  | 9                  |
| 9. Vlastní přínos k řešené problematice                         | 9                  |
| 10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii                  | 10                 |
| <b>Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)</b>                  | <b>93</b>          |
| <b>Výsledná známka</b>                                          | <b>výborně (1)</b> |

### Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Diplomová práce mapuje jedno z vysoce aktuálních témat internetového marketingu. Autor si stanovil relativně náročné cíle, které se podařilo naplnit. Ve formulaci cílů mohla být obsažena i závěrečná část práce, která obsahuje vyhodnocení reálných kampaní vybraného klienta a poskytuje velmi užitečný pohled na srovnání účinnosti kampaní realizovaných přes různé reklamní systémy včetně konkrétních doporučení autora. Úvod diplomové práce mohl obsahovat obecnější vstup do problematiky, ten přitom pracovní verze této práce původně měla. Diplomová práce má logickou strukturu, teoretická část poskytuje relativně komplexní pohled na dané téma, autor využívá poměrně široký záběr zdrojů, na které korektně v textu odkazuje, rešerše vědeckých časopisů mohla být důslednější. Aplikační část obsahuje podrobné srovnání českého trhu se zahraničním, nabízí rovněž přehled poskytovatelů jednotlivých platforem RTB ekosystému. Zajímavou částí je bezesporu vyhodnocení expertních rozhovorů, které poskytuje cenný vhled do problematiky RTB a jejího budoucího vývoje. Téma autor uzavírá zhodnocením reklamních kampaní vybraného klienta, které ústí v praktická doporučení. Práce splňuje formální požadavky, včetně odpovídající jazykové úrovně. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k diskusi:

- 1) Od jakého měsíčního reklamního rozpočtu považujete RTB za přijatelné řešení pro menší inzerenty nad rámec obsahových sítí typu Google AdWords? Očekáváte postupné snižování vstupních bariér pro takové hráče?
- 2) Nakolik je v ČR běžné využívání pokročilých zdrojů dat k cílení plošné reklamy, např. od mobilních operátorů aj. subjektů? Můžete uvést některé reálné příklady jejich využití z praxe?
- 2) Na s. 59 v Tab., 12 uvádíte, že počet e-shopů v ČR je 15 tis. Podle Heureka.cz, kterou citují i vlivná média, je počet přes 36 tis. Pokuste se vysvětlit nemalou disparitaci v těchto údajích. Kdo jsou vlastně největší inzerenti na českém internetu? Jsou to e-shopy?

### Jméno vedoucího diplomové práce:

doc. Ing. Václav Stříteský, Ph.D.

### Pracoviště vedoucího diplomové práce:

Katedra marketingu, VŠE