

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Aplikace multikanálového atribučního modelování v operativním rozhodování
Jméno autora:	Richard Dyntaxa (492930)
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<p>Autor závěrečné práce předkládá k obhajobě práci věnovanou problematice multikanálového atribučního modelování v operativním rozhodování firem. Konkrétně se věnuje posouzení, zda se společnosti vyplatí investice do optimalizace.</p> <p>Autor závěrečné práce definuje následující cíl: „Cílem práce je předložit analýzu internetového prostředí firem v odvětví služeb (E-Commerce), která bude dávat do kontextu (vizualizovat) cesty online zákazníka na e-shopu skrze software.“ Dále autor stanovuje dvě hypotézy.</p> <p>Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části práce pro bakalářský stupeň studia náročnější. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít i daný software a dle teorie provést a vypracovat definované analýzy.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Závěrečná práce zprostředkovává komplexní pohled na aktuální podobu datové optimalizace kampaní v online prostředí, práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Závěrečnou práci považuji za celkově zdařilou.</p>	

Zvolený postup řešení	správný
<p>Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. Teoretická část práce se věnuje online marketingu a jeho reklamním platformám, popisuje stádia zákaznických cest, základy atribuční teorie a seznamuje nás s některými atribučními modely. V neposlední řadě vysvětluje důležitost dat v byznysovém rozhodování. První polovina praktické části nejdříve popisuje firmu a nástroj Roivenu. Druhá polovina praktické části se věnuje případovým studiím dvou firem se zaměřením na český a slovenský trh, které aplikováním atribučního modelování v Roivenu identifikovaly příležitosti, jež vedly ke zlepšení marketingových a byznysových výsledků.</p>	

Odborná úroveň	A - výborně
<p>Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem a je velmi dobrým zdrojem informací pro sledovanou oblast. Hlavním přínosem práce je komplexní teoretické i praktické zpracování tématu, které autora zajímá. Kladně hodnotím dvě Case Studies, vypracované analýzy, optimalizaci a závěry práce.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce

A - výborně

Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na závěrečnou práci. Rozsah práce je odpovídající. Jazyková úroveň práce je standardní.

Výběr zdrojů, korektnost citací

A - výborně

Autor si vybral adekvátní odbornou literaturu, v teoretické části prokázal svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autor využil standardní počet aktuálních informačních zdrojů. Autora lze pochválit za využití cizojazyčné literatury a citační korektnost v rámci teoretické části práce. Lze konstatovat, že výběr zdrojů a korektnosti citací je v souladu s metodikou.

Další komentáře a hodnocení

Jako oponent hodnotím závěrečnou práci jako zdařilou.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Autor předložené práce splnil vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Otázky k obhajobě:

- 1/ Představte a okomentujte konkrétní zákaznické cesty analyzované firmy (k danému si vyberte jednu Case Study z práce). V čem optimalizace pomohla?
- 2/ Představte a okomentujte, v jakém stádiu se firma z vybrané Case Study dle Marketing Maturity Modelu nachází.

Datum: 29.5.2023

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.