

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Online marketing a jeho aplikace ve společnosti PPI – protipožární dveře s.r.o.
Jméno autora:	Jakub Zörkler
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Ekonomika a management
Oponent práce:	Mgr. Jaroslava Čekalová
Pracoviště oponenta práce:	PPI – protipožární dveře s.r.o.

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
Závěrečná práce je z hlediska zpracování a dlouhodobého řešení tématu náročnější. Autor si pro svou bakalářskou práci zvolil přímou aplikaci online marketingové strategie ve společnosti vyrábějící jedinečný výrobek, který do této doby nepropagovala.	

Splnění zadání	splněno
Předkládaná práce splňuje zadání, přičemž hloubka řešení problému včetně analýz a struktury práce přesahuje běžný rozsah bakalářské práce.	

Zvolený postup řešení	vynikající
Autor pro vypracování své práce zvolil metodu analýzy. Práce je rozdělena do dvou částí. V první části autor popisuje význam marketingu, tvorbu marketingových strategií pomocí modelu STP a marketingového mixu. O úvodní teoretickou část se opírá následující část praktická. Z hlediska daného tématu je metoda analýzy vhodně zvolenou vědeckou metodou k dosažení vytyčených cílů.	

Odborná úroveň	A - výborně
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Autor ve své práci vycházel ze znalostí získaných studiem a praktickou zkušeností. Využil především podklady a data založená na analýze pilotního projektu online reklamy společnosti PPI – protipožární dveře s.r.o., který navrhl a uskutečnil se souhlasem zadavatele v roce 2016. Relevantní data získaná v pilotním projektu porovnal s daty získanými ve srovnatelném období, kdy online kampaň neprobíhala.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
Formální stránka práce vykazuje drobné gramatické chyby („jednokřídlé, dvoukřídlé“) překlipy a chybějící písmena ve slovech. Autor v práci používá vhodně zvolenou terminologii, která je v teoretické části velmi zdařile prezentována.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi dobře
K řešení závěrečné práce autor využil dostatečné množství studijních materiálů. Použité prameny, bibliografické a elektronické zdroje odpovídaly řešenému úkolu a dostatečně obsáhly danou tematiku. Přínosem pro řešení jsou použité diagramy pro názornou představu navrhovaných strategií. Slabinu v řešené práci spatřuji v seznamu použité literatury, který není abecedně seřazen. Citace jsou v souladu s citačními zvyklostmi a normami.	

Další komentáře a hodnocení

Hlavním cílem této závěrečné práce bylo vytvoření online marketingové strategie ve společnosti PPI – protipožární dveře s.r.o. Cíle bylo dosaženo a navržená strategie je zcela v souladu s potřebami a možnostmi společnosti. Vytvořená kampaň zahrnuje soubor marketingových nástrojů, které autor navrhl použít ve třech fázích. Výsledkem bakalářské práce je ucelená strategie marketingové online podpory, která je přínosná a v celém svém rozsahu bude aplikována do praxe. Autor prokázal při řešení úkolu empatii k dané problematice s otázkou omezených investičních možností společnosti. Na škodu celé práce je pouze velmi skromný závěr, ve kterém mohl autor více rozvinout možnosti dalších strategií podpory marketingu společnosti.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

K DISKUSI PŘI OBHAJOBĚ DOPORUČUJI TYTO OTÁKY:

Jaké marketingové nástroje, byste doporučil k propagaci značky společnosti pro zvýšení povědomí veřejnosti o společnosti?

Jak nejhodněji definovat cílového zákazníka?

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

Datum: 6.6.2017

Podpis: