



České vysoké učení technické v Praze

Fakulta elektrotechnická

Katedra ekonomiky, manažerství a humanitních věd

Technická 2, 166 27 Praha 6, ✉ mrkvick@fel.cvut.cz , ☎ 224353308

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno studenta: Matěj Matoulek

Název práce: SEO a PPC kanály internetového marketingu

Jméno oponenta: Ing. Martin Dobiáš, Ph.D.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení					
	výborně	velmi dobře	dobře	uspokojivě	dostatečně	nedostatečně
Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Úroveň zvoleného postupu řešení	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shrnutí výsledků a formulace závěrů	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s odbornou literaturou a dalšími prameny	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální vzhled a struktura práce (normy, předpisy)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň práce (stylistika, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Slovní zdůvodnění zejména při hodnocení A nebo F:

Práce přehledně popisuje teoretické aspekty SEO a PPC kanálů internetového marketingu. Na teoretickou část navazuje projekt, na kterém byly vybrané nástroje prakticky ověřeny. Náklady na internetový marketing po optimalizaci vzrostly. Při hodnocení efektivnosti kampaně by tak bylo kromě návštěvnosti webových stránek vhodné také kalkulovat např. se změnou tržeb.

Otázky k obhajobě práce:

- Jakou váhu při tvorbě reklamní kampaně by autor měl dle vašeho názoru přidělit PPC a SEO? Který z nástrojů je více důležitý?

- Máte informace o tom, jaký byl ekonomický přínos (změna tržeb, zisku) vámi navržené optimalizace? Pokud ne, je možné provést kvalifikovaný odhad?

Navržená výsledná známka: A - výborně

V Praze dne 7. 6. 2015

podpis oponenta práce