

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	PPC reklama a nástroje online marketingu vybraného podniku
Jméno autora:	Lada Šilhavá (478802)
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<p>Autorka závěrečné práce předkládá k obhajobě práci věnovanou problematice online marketingu, konkrétně se věnuje analýze, optimalizaci a návrhu nové PPC kampaně v kontextu vybraného podniku. Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části pro úroveň diplomové práce průměrně náročné. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít i analyzovat interní informace analyzované společnosti a zkušenosti z praxe.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Diplomová práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem. Závěrečná práce zprostředkovává komplexní pohled na problematiku nastavení PPC reklam a aktuální podobu online marketingu. Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Autorka má se zpracovávaným tématem osobní zkušenost, což se pozitivně odráží v celé závěrečné práci.</p>	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<p>Autorka plnila harmonogram konzultací, chodila na ně připravena s průběžně zpracovanými texty. Autorka přistupovala ke zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze jí pochválit za systematickou práci, která se v konečném výsledku práce projevila.</p>	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
<p>Práce má logickou stavbu. Autorka práci rozčlenila na teoretickou a aplikační část. V teoretické části vymezila vhodné definice a postupy, které se týkají internetového marketingu a systému PPC reklam. Předkládaná práce je na průměrné odborné úrovni a téma je zpracováno velmi dobře.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<p>Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na diplomovou práci. Rozsah práce je odpovídající. Jazyková úroveň práce je standardní. Autorce lze vytknout v některých místech slabší redakci práce.</p>	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
<p>Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autorka čerpala ze standardního počtu informačních zdrojů včetně cizojazyčné literatury. Autorku lze pochválit za citační korektnost v rámci teoretické části práce. Forma citací je v souladu s metodikou. Závěrečná práce byla kontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.</p>	

Další komentáře a hodnocení

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

- 1/ Komparujte možnosti nastavení PPC kampaně v reklamních systémech Sklik a Google AdWords.
- 2/ Na základě prováděné analýzy PPC účtů a zhodnocení fungování dalších online marketingových nástrojů jste vytvořila návrh PPC kampaní, které jste následně implementovala. Představte a okomentujte možnosti inzerenta pro další PPC kampaně.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 3.9.2019

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.