

## POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Karel Hůsek

Vedoucí bakalářské práce (BP): Ing. Martina Sasínková, Ph.D.

Téma BP: Analýza systémů Google Ads a Seznam Sklik, vytvoření PPC kampaně pro vybraný podnik

Ak. rok: 2021/2022

### Poznámky k vyplňování posudku:

1. U hodnocení jednotlivých kritérií použijte následující stupnici: A – splněno velmi kvalitně, výrazně překračuje požadavky; B – splněno kvalitně; C – splněno bez výhrad; D – splněno s menšími nedostatky; E – splněno, ale s výraznými nedostatky; F – nesplněno.
2. Pokud je jakékoliv kritérium ohodnoceno stupněm F, práce musí být celkově hodnocena jako nevyhovující, která nespĺňuje kritéria pro obhajobu BP a nelze takovou práci doporučit k obhajobě.
3. Vedoucí BP se musí slovně vyjádřit ke každému hodnotícímu kritériu!

### Hodnotící kritéria:

### Hodnocení

Hodnotící kritéria:	Hodnocení
<b>1. Cíle a metody práce</b>	<b>A</b>
<i>Cílem práce byla analýza platforem Google Ads a Seznam Ads společně s nastavením kampaní pro vybraný podnik. Ten se zaměřoval na překladatelské služby.</i>	
<b>2. Teoretická část práce</b>	<b>B</b>
<i>Psát práci o online marketingu chce odvalu, protože to, co je dneska napsáno, je v online světě zítra již zastaralé, ale pravdou je, že základní principy jsou stejné. Použitá literatura je kvalitně zpracována a chápu, že práce obsahuje také velké množství online zdrojů o PPC reklamě a online reklamních systémech.</i>	
<b>3. Praktická část práce – analýza</b>	<b>C</b>
<i>Student využívá poznatků z teoretické části práce a tu aplikuje do praktické, oceňuji dotazníkové šetření, kompletní nastavení a spuštění i vyhodnocení kampaní. Také osobní konzultace odborníka na práci v reklamních systémech Google Ads a Sklik se v této problematice hodí a je žádoucí.</i>	

<b>4. Praktická část práce – řešící / návrhová / výzkumná</b>	<b>D</b>
<i>Cílem kampaně bylo maximalizovat návštěvnost webu, což si firma stanovila jako cíl, proto ho nebudu rozporovat. V práci mi chybí kompletní kapitola: Návrhy a doporučení, jak s online marketingem (nebo alespoň s kampaněmi) pokračovat dál či jak se má firma v online marketingu dále posouvat. Tuto kapitolu krátce představuje student v závěru práce, toto si však z mého pohledu žádá větší prostor.</i>	
<b>5. Formální úroveň práce</b>	<b>B</b>
<i>Text je logicky provázán, práce celkově dává smysl, také využití terminologie je správné. Jazyková úroveň dostačující, jen v některých částech práce pozor na čárky ve větách.</i>	

<b>Závěrečné hodnocení BP*</b>	<b>C</b>
<i>Oceňuji samostatnost studenta při zpracování práce, jeho nadšení pro tuto problematiku a jeho snahu naučit se v systémech pracovat. Pro další práci má student skutečně dobrý základ a doporučuji v práci pokračovat v magisterském stupni studia. Tato práce reflektuje stav online světa k dnešnímu dnu v ČR.</i>	

\* Výsledná známka není aritmetickým průměrem jednotlivých kritérií hodnocení práce.

#### Otázky k obhajobě:

1. Jaká jsou vaše doporučení pro firmu v oblasti online marketingu? Kde má pokračovat, co jsou mezery?
2. Doporučujete provést analýzu klíčových slov zadávaných uživateli, copak vy jste analýz klíčových slov před spuštěním kampaní neprovedli?
3. Vysvětlíte, jak provést remarketingové a retargetingové kódy. K čemu to slouží a proč se tyto kódy tvoří.

Práce **splňuje** kritéria pro obhajobu BP. Práci **doporučuji** k obhajobě.

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že práce **Zvolte položku. plagiát.**

Datum 30.05.2022

Podpis vedoucího BP