



## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

**Jméno studenta:** Marek Štembera  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Online marketing ve vybrané organizaci  
**Hodnotitel – oponent:** doc. PaedDr.Ludvík Eger, CSc.  
**Podnik – firma:** Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**v ý b o r n ě**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Cílem předložené práce je návrh konkrétních opatření ke zkvalitnění online komunikace vybraného podniku. Cíl je dále rozdělen do dílčích cílů na s. 11. Autor zpracoval strukturovaný a čtivý teoretický vstup k online marketingu, kde kromě odkazů na nečetné knižní zdroje v češtině především bohatě využívá aktuální relevantní zdroje z internetu s odkazy na známé weby, agentury a experty. Tím je tato část práce v zaměření na web, SEO, reklamu na internetu, sociální média atd. aktuální. Je z ní také patrné, že autor se problematice věnuje i nad rámec svého studia na fakultě.

Stručná druhá kapitola shrnuje základy cílení v marketingu.

Na s. 59/60 je stručně popsána zvolená firma a zaměření jejího podnikání. Následuje vlastní analýza využití nástrojů online marketingu (od s. 61). Nejdříve jsou hodnocené www stránky, responzivnost webu, načítání, URL adresy atd., potom odkazy... Autor použil řadu nástrojů pro vývojáře a například Marketing Miner a také objevil dílčí chyby. Zmíním například problém s nezapezčeným protokolem http. Stručně popsal poměrně slabší profil firmy na Facebooku.

Oceňuji porovnání sledovaných parametrů s relevantní konkurencí, které následuje a které by mělo být součástí podobné analýzy.

Na s. 80 autor zpracoval aplikaci marketingové segmentace pro firmu, kterou převedl do osoby pro mladou rodinu (s. 82). Následuje návrh online marketingové kampaně v kapitole č. 5. Je zpracovaná náročná analýza klíčových slov s jejich hodnocením s využitím zvolených nástrojů, výstup viz např. obr. 29 na s. 90. Potom jsou podrobně prezentovány návrhy pro optimalizaci stránek, práce s Google Tag Manager atd. Od s. 104 se autor věnuje PPC a reklamě v obsahové síti. Následují návrhy k Facebooku a síti Instagram. Kapitola č. 6 se již věnuje harmonogramu navržené kampaně a finančnímu rámci s určitým souhrnem práce na s. 120/121. Podobně je to zpracované pro reklamu a zajímavý je údaj k podílu nákladů online marketingové komunikace na obratu, s. 124. Práce je doplněna přílohou v Excelu. Předloženou diplomovou práci považuji za velmi kvalitní s jasným účelem dle zadání a pro uvedenou firmu.

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Výsledky a doporučení jste jistě předložil i uvedené firmě. Co z toho již realizovali?

V Plzni, dne 27. 5. 2020

Podpis hodnotitele