

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Veronika Jozifová
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	Prezenční
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Interaktivní média v marketingové komunikaci
Vedoucí/oponent práce	Mgr. Tomáš Šula

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	B
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	B
3 Přístup ke konzultacím	15	
4 Samostatnost při zpracování	10	
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	B
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	A
7 Metodologická kvalita postupu	20	A
8 Struktura a logika textu	25	B
9 Úroveň teoretické části práce	25	B
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	A
11 Práce se zdroji v textu	25	A
12 Úroveň analytické části práce	25	A
13 Úroveň projektové části práce	25	
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	B
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	B
16 Jazyková úroveň práce	10	A
17 Formální úroveň práce	10	A
Celkové hodnocení	1,24	A

Připomínky a hodnocení práce:

Práce velice důkladně popsal proces komunikace na internetu prostřednictvím nástroje AdWords společnosti Google. Teoretická část byla věnována MK na internetu a v praktické části byly aplikovány poznatky, které byly následně vyhodnoceny, a byla provedena řada doporučení, které je možné dále aplikovat do analyzované komunikace. Pozitivně hodnotím především výchozí znalosti problematiky a jejich aplikaci do reálného projektu. Stejně tak vnímám i práci s reálnými daty pro potřeby analýzy. Největším přínosem práce je skutečnost, že v sobě obsahuje i stručný návod, jak využívat výše zmíněný nástroj. Téma je vhodné i k dalšímu zpracování a rozšíření aplikace v širším kontextu.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jakým způsobem by mělo být nastaveno produktové portfolio, aby se zvýšil konverze?
- 2) Lze vycházet z analyzovaných dat při tvorbě nového webu studia Lhotský? Pokud ano, z kterých dat a jakým způsobem by ovlivnily novou webovou prezentaci, konkretizujte.
- 3) Myslíte si, že by bylo možné užít affiliate marketing pro dané studio? Pokud ano, jak? A jaký by byl dopad z hlediska image značky?

Ve Zlíně dne: 17.5.2010

.....
Podpis hodnotitele práce

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01