

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Anna Veselá

Název práce: Reklamní kampaň náborové akce Týden hokeje na Facebooku

Cíl práce: Příprava, realizace a analýza výsledků reklamní kampaně na Facebooku určena akci Týden hokeje, která se koná v rámci čtyřletého projektu Českého svazu ledního hokeje Pojd' hrát hokej.

Jméno oponenta: Ing. Hana Švábová

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS): OSVČ - Online marketing konzultant

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná _____ Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	výborně
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	výborně
Adekvátnost použitých metod	výborně
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	velmi dobře

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná _____ Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

Diplomantka jednoznačně splnila cíl, který si stanovila v zadání diplomové práce. Vzhledem k tématu práce je nutné ocenit detailní zpracování jednotlivých kapitol, které i naprostému laikovi přiblíží postup realizace kampaně. Práce je také vhodně doplněna velkým počtem obrázků a příloh, proto by mohla sloužit i jako podrobný návod pro zájemce o reklamu na Facebooku.

Velmi kladně hodnotím uvedená doporučení v závěru práce a dostatek relevantních zdrojů v seznamu použité literatury.

Předložená práce je na vysoké úrovni. Zřejmý je velký zájem i orientace diplomantky v dané problematice.

Připomínky:

V práci se objevují drobné překlepy, ojediněle stylistické chyby a tzv. výplňkové věty, které lehce degradují odbornou úroveň textu. I přes tyto připomínky je však práce výborně zpracována.

Otázky k obhajobě:

1. Diplomantka v práci uvádí několik dalších kanálů (billboardy, bannery atp.), které byly využity v rámci kampaně. Protože reklama na Facebooku z nich vyšla cenově nejvýhodněji, doporučila by diplomantka vynaložit celkový rozpočet pouze na reklamu na Facebooku? Proč ano/ne?
2. Z testování dvou vizuálů inzerátu vyšlo, že se lépe vedlo světlé (bílé) variantě. Proč tomu tak bylo?
3. Diplomantka v práci tvrdí, že měření z Google Analytics s výsledky z Facebooku porovnávat nelze. Proč tedy použila pro měření i nástroj Google Analytics?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: VÝBORNĚ

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne 5. 9. 2017

.....
Ing. Hana Švábová