

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	David GUŠL
Název práce	Ekonomická efektivita marketingu na sociálních sítích
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KEN
Vedoucí práce	Šmejkal Antonín, Ing. Ph.D.
Autor posudku	Ing. Antonin Smejkal Ph.D.

Posudek závěrečné práce

1. Logická struktura práce 2.0
2. Naplnění cíle práce 2.5
3. Metodický postup 2.0
4. Hodnocení teoretického a/nebo praktického přínosu práce 2.5
5. Práce s literaturou 1.5
6. Formální stránka 2.0
7. Vlastní přínos studenta k řešené problematice 2.0
8. Kontrola plagiátorství (výsledek) **negativní**

Závěr

Hodnocení práce (známka): **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

V práci zcela chybí racionální ekonomický předpoklad: sledování nákladů na propagaci ve vztahu k dosaženým ekonomickým přínosům. Rozpočet na marketing je třeba sestavovat s předem stanoveným cílem a přihlédnutím k finančním možnostem podniku.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

- 1) Jaká je obvyklá struktura rozpočtu na marketing? Lze stanovit ideální výši nákladů na marketing ve vztahu k tržbám či výsledku hospodaření?
- 2) Navrhněte pro společnost Jednota České Budějovice systém vyhodnocení efektivnosti placené reklamy na sociálních sítích s cílem posoudit návratnost vynaložených prostředků a optimalizace marketingových strategií.

Datum: 10.05.2023

Podpis vedoucího práce