

## **Téma/Zadanie/Abstrakt**

Práca sa zaoberá aktuálnymi trendami a vývojom automatizačných prvkov v PPC kampaniach v reklamnom systéme Google AdWords. Automatizácie má potenciál ušetriť finančné a časové prostriedky pri tvorbe reklamných kampaní.

**(Jednoznačne definovať čím sa práca zaoberá alebo aký výskumný problém rieši?**

**Explicitne napísať v zadaní/abstrakte: Práca sa zaoberá... Výskumný problém je...**

**Ďalej dôvody/zdôvodnenie (business case/s), pre ktoré túto problematiku riešime:**

**Zarobíme, Ušetríme, Musíme lebo zákon/legislatíva, Optimalizujeme, Zlepšujeme...**

**Typické výkonnostné parametre projektov: rozpočet, čas, kvalita, riziká, prínosy, rozsah)**

## **Výskumné otázky**

Vzhľadom na tému nám vyplývajú tieto výskumné otázky:

1. Čo rozumieme pod pojmom automatizácia PPC kampaní?
2. Aké sú najdôležitejšie metriky v automatizácii?
3. Ako problémy vyplývajú z automatizácie?
4. Aký je najvhodnejší spôsob implementácie?
5. Po akom dlhom čase možno hodnotiť úspešnosť automatizovanej kampane?
6. Ktoré skripty sú najpodstatnejšie pre jednotlivé typy segmentov?

## **Cieľ práce**

Cieľom práce je analyzovať aktuálne trendy automatizácie PPC kampaní v reklamnom systéme Google AdWords a implementovať do univerzitnej kampane UK automatizačné prvky.

**(Jednoznačne definovať hlavný cieľ, ktorý je ideálne (SMART). Musí byť, ale špecifický, merateľný, dosiahnuteľný a uskutočniteľný)**

## Čiastkové ciele

- Vysvetlenie základných pojmov v marketingu pre vyhľadávače a v reklamnom systéme Google AdWords.
- Analýza celého vývojového procesu vývoja automatizovaných skriptov.
- Implementácia skriptov a ich testovanie na jednotlivých segmentoch.

**(Definovať si 3-6 čiastkových/parciálnych cieľov)**

## Hypotézy

Počas štúdia problematiky Automatizácia PPC kampaní sme vytvorili nasledovné hypotézy, s ktorými bude práca operovať:

1. **Automatizácia kampaní** z dlhodobého hľadiska zabezpečí **nižšie náklady** a **vyšší počet** konverzií ako kampane, ktoré sú tvorené manuálne.
2. **Automatizované skripty** pomôžu odhaliť viac **problémov** a **kolízií** v kampaniach ako keby ich kontroloval konzultant.

**Kľúčové slová:** automatické pravidlá, automatizácia, google adwords, javascript, PPC, reklamné kampane, vyhľadávacia sieť

**(Zoradené vzostupne A-Z relevantné a špecifické pre vašu prácu)**

## **Predbežná osnova práce**

**(Generujeme cez Obsah Microsoft Word na Karte Referencie na základe nadpisov**

**Toto je predbežná osnova. Skutočná/finálna osnova bude štruktúrovaná podľa smernice)**

### **ÚVOD**

## **1 PROBLEMATIKA A TRENDY V ONLINE MARKETINGU**

- 1.1 Search engine marketing
- 1.2 PPC kampaň
- 1.3 Reklamný systém Google AdWords

## **2 MOTIVÁCIA PRE TVORBU SKRIPTOV**

- 2.1 Konverzie
- 2.2 Náklady
- 2.3. Problémy, chyby, anomálie a kolízie
- 2.4 Využitelnosť skriptov v kampaniach
- 2.5 Testovanie

## **3 VÝVOJ AUTOMATIZOVANÝCH SKRIPTOV**

- 3.1 Štandardný vývojový proces
  - 3.1.1 Definovanie požiadaviek*
  - 3.1.2 Skripty na úrovni kampane a účtu*
  - 3.1.3 Detailný popis automatizačného procesu*
  - 3.1.4 Implementácia*
  - 3.1.5 Integrácia skriptov*
- 3.2 Prehľad skriptov
  - 3.2.1 Detektor anomálii*
  - 3.2.2 Značkovač*
  - 3.2.3 Kontroler odkazov*
  - 3.2.4 Sledovač skóre kvality*

### **ZÁVER**

### **ZOZNAM ZDROJOV**

## Výskumná vzorka

V diplomovej práci budeme považovať za výskumnú vzorku dáta z vybraných reklamných PPC kampaní v systéme Google Ads za obdobie roka 2020 (1.1.2020 až 31.12.2020). Ide 32 podnikov pôsobiacich v štyroch segmentoch: vzdelávanie, zdravie, strojárstvo a spotrebný materiál.

Na základe štatistických údajov budeme pozorovať vlastnosti ako počet konverzií, počet asistovaných konverzií, miera prekliku, cena jedného kliku a jednej konverzie, návratnosť investícií a skóre kvality. Celkovo si sledujeme 15 štatistických premenných s rozsahom 8500 pozorovaní.

Ako ďalší krok v budeme skúmať nastavenia jednotlivých kampaní ako aj kľúčové slová a reklamné skupiny. Po úspešnej analýze získaných údajov budeme vedieť vyhodnotiť a porovnať úroveň jednotlivých reklamných kampaní a ich zlepšenie vďaka automatizácii.

**(Aká je veľká štatistická vzorka, za aké je obdobie, kto sú respondenti alebo odkiaľ pochádzajú dáta, ako a kde boli zbierané/v akom nástrojmi?**

**Pozor na analýzy typu za týždeň/mesiac si zanalyzujem FB/IG,YT, LI, GA, ... čo sa väčšinou dozviem za 1 týždeň/mesiac? Nič.)**

## **Použitá literatura a zdroje**

- DOMES, Martin. *Google Adwords jednoduše*. Computer Press. 2012. ISBN 978-80-251-3757-4
- KAUSHNIK, Avinash. 2011. *Webová analytika 2.0*. Computer Press. 2012 456 s. ISBN 978-80-251-2964-7
- MANGOLD, Benjamin. *Learning Google Adwords and Google Analytics*. Loves Data. 2015. ISBN 0994390408
- GEDDES, Bradd. *Advanced Google AdWords, 3rd Edition*. Wiley/Sybex. 2014. ISBN 978-1-4920-0590-2
- SUGARMAN, Josph. *Advanced Google Adwords : The Complete Guide to Google AdWords*. Createspace. 2015. ISBN 1505903939
- HAFFER, Garry. *Proven Strategies to Maximize Results with Google AdWords*. Createspace. ISBN 1505729432
- HOLDREN, Anastasia. *Google AdWords Managing Your Advertising Program*. O'Reilly Media. ISBN 978-1-4493-0838-4
- MARSHALL, Perry. *Ultimate Guide to Google Adwords : How to Access 1 Billion People in 10 Minutes*. Entrepreneur Press. 2014. ISBN 1599185423
- JACOBSON, Howie., MCDONALD, Kristie. *Google AdWords For Dummies, 3rd Edition*. Wiley/For Dummies. 2011. ISBN 978-1-4571-4242-0
- CUTURA, Kristina. *Advertising on Google: The High Performance Cookbook*. Packt Publishing. ISBN 978-1-84968-585-6
- BECK, Alexander. *Google AdWords*. Grada. 2009. ISBN 978-80-247-2898-8
- CLIFTON, Brian. *Google Analytics Podrobný průvodce webovými statistikami*. Computer Press, 2009. ISBN 978-80-251-223-10
- TONKIN, Sebastien., WHITMORE, Caleb., CUTRONA, Justin. *Výkonnostný marketing s Google Analytics*. Computer Press. 2012. ISBN 978-80-25-133-392
- Kolektiv autorov. *Online marketing Současné trendy očima předních expertů*. Computer Press. 2014. ISBN 978-80-25-141-55-7
- GEMIGNANI, Chris., SCHUERMAN, Patrick., GEMIGNANI, Zach. *Efektivní analýza a využití dat*. Computer Press. 2015. ISBN 978-80-25-145-715

BLOG Google AdWords Slovensko, [online]. 2014. Dostupné na: <http://adwords-sk.blogspot.sk/>

Marketing PPC, 2015. AdWords skript: udržování pozice reklam [online]. 2015. Dostupné na: <http://www.marketingppc.cz/ppc-automatizace/adwords-skript-udrzovani-pozice-reklam/>

Marketing PPC, 2015. AdWords skript: výkon klíčových slov [online]. 2015. Dostupné na: <http://www.marketingppc.cz/ppc-automatizace/adwords-skript-vykon-klicovych-slov/>

Marketing PPC, 2015. AdWords skript: kontrola funkčnosti URL [online]. 2015. Dostupné na: <http://www.marketingppc.cz/ppc-automatizace/adwords-skript-kontrola-funkcnosti-url/>

**(Prejdite všetky knihy a literatúru pre danú oblasť, Pozor na extrémne staré knihy s vydaním 10+ rokov hlavne na oblasti technológií a nástrojov. Tie už nemusia platiť. Knihy, ktoré riešia koncepty, princípy, metodiky, postupy sú väčšinou aktuálne aj pri starších knihách. Použiť dokumentáciu k nástrojom ak existuje, vedecké články a príspevky ResearchGate, Google Scholar a pod. Vedecké články vedúceho alebo zamestnancov univerzity a ich partnerov, rovnako vedecký univerzitný časopis.**

**Žiadna Wikipedia, Topky a pod. alebo dokonca bulvár či absolútne nerelevantné zdroje... Hľadáme a používame odborné zdroje.)**