

Posudek oponenta bakalářské práce

Téma bakalářské práce:

Guerilla marketing jako netradiční forma marketingové komunikace

Autor bakalářské práce:

Simona Havlíková

Oponent bakalářské práce:

Ing. Jitka Šturmová

Datum zpracování posudku: 23. 5. 2012

Hodnocení bakalářské práce¹:

Splnění cíle a zadání BP:	Úplné	z větší části	částečné	nesplněno
	X			
Struktura BP	Vhodná	vhodná částečně	nevhodná	
	X			
Využití odborné literatury při zpracování BP:	velmi dobré	průměrné	nízké	nedostatečné
	X			
Úroveň práce s literaturou (syntéza, citace):	velmi dobrá	průměrná	s nedostatky	nedostatečná
	X			
Použití exaktních metod, vlastní závěry, analýzy, doporučení:	ve velké míře	přiměřeně	částečně	nedostatečně
		X		
Přínosy BP, možnost využití výsledků v teorii či praxi:	významné	průměrné	omezené	nevyužitelné
		X		
Vybavení práce tabulkami, grafy a přílohami:	odpovídající	odpovídající částečně	nedostatečné	
	X			
Formální úprava BP (vzhled, přehlednost, pravopisné chyby):	velmi dobrá	průměrná	slabá	neuspokojivá
	X			
Stylistická úroveň (čtivost, odborné vyjadřování, logický sled):	velmi dobrá	průměrná	slabá	neuspokojivá
	X			

Poznámka: Doplňte do příslušného rámečku křížek.

Další hodnocení:

Bakalářská práce Simony Havlíkové se zabývá tématem Guerilla marketing, který představuje jednu z moderních forem marketingové komunikace. Autorka vhodným způsobem popsala základní východiska marketingové komunikace. Důraz byl kladen zejména na nové trendy v marketingové komunikaci. Pozitivně hodnotím zejména příklady z praxe. Děj práce logicky navazuje a autorka tak prokázala znalost daného tématu. BP hodnotím velmi kladně z důvodu použití vhodných výrazových prostředků. Celkově byl cíl bakalářské práce naplněn.

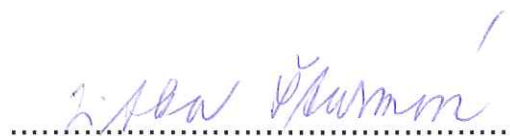
¹ Bakalářskou práci ohodnoťte podle kritérií uvedených v tabulce a poté v několika větách. Při hodnocení se zaměřte hlavně na naplnění cíle práce, využití postupy řešení, význam práce pro praxi a pro teorii, Vaše stanovisko k bakalářské práci.

Otázky k obhajobě bakalářské práce (2 – 3 otázky):

1. Ve kterém odvětví průmyslu se nejčastěji používá guerilla marketing?
Uvedte příklady.
2. Existuje v České republice speciální agentura, která se zabývá guerilla marketingem?
3. Bylo by možné využít guerilla marketing v případě propagace vzdělávací instituce? Zdůvodněte.

S přihlédnutím k uvedeným skutečnostem bakalářskou práci **doporučuji**
(doporučuji / nedoporučuji)
a navrhuji klasifikaci: **výborně.**
(výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl)

Datum: 23. 5. 2012


.....
podpis oponenta bakalářské práce