



Posudek vedoucího bakalářské práce

Téma bakalářské práce:

Guerilla marketing jako netradiční forma marketingové komunikace

Autor bakalářské práce:
Simona Havlíková

Vedoucí bakalářské práce:
Ing. Zuzana Svobodová

Datum zpracování posudku: 27. 5. 2012

Hodnocení bakalářské práce¹:

Přístup studenta (iniciativa) k řešení problematiky a zpracování BP:	velmi dobrý	průměrný	slabý	nedostatečný
	x			
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 slečny Simony Havlíkové je velmi zdařilá, vhodně propojuje teoretickou část s praktickou. Guerilla marketing představuje jednu z moderních forem marketingové komunikace, která stojí leckdy na samé hranici zákona, stojí tedy za bližší prozkoumání.

Autorka vhodně popsala základní principy marketingové komunikace se zaměřením na nové trendy. V oblasti guerilla marketingu představila zdařilé kampaně v zahraničí a v České republice a zároveň se věnovala kampaním, které byly nevhodné. Dále poukázala na existenci příslušných zákonů, kterých by se marketéři měli držet, a na etiku v reklamě.

Autorka prokázala, že se v dané problematice orientuje a dokazuje to uvedením vhodných příkladů z praxe. Porovnáním guerillových kampaní v ČR a v zahraničí poukázala na fakt, že se máme ještě stále co učit.

Cíl bakalářské práce byl splněn.

¹ Bakalářskou práci ohodnoňte 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. Co myslíte, že je důvodem, že guerillové kampaně v České republice nedosahují takové kvality jako kampaně v zahraničí a tím správného výsledného efektu?
2. Pro jaké produkty / služby je vhodný právě tento typ marketingové komunikace?

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

Datum: 27. 5. 2012

Evženka Ševcova
.....
podpis vedoucího bakalářské práce