

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Lukáš Krčil
Název práce	Nízkorozpočtová komunikační kampaň jazykové školy vedral.eu
Obor/forma studia	MK/PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Eva Šikl Burešová

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	a
2 Nastavení cílů a metod práce	30	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	a
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	a
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	a
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	a
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,06	A

Připomínky a hodnocení práce:

Téma „Nízkorozpočtová komunikační kampaň jazykové školy vedral.eu“ je tématem zajímavým a v době, kdy se jednotlivá marketingová oddělení potýkají s omezenými finančními prostředky a spotřebitelé jsou ke klasickým marketingovým taktikám stále více imunní, je výběr náplně této bakalářské práce velmi aktuální. Cílem práce je příprava vhodné nízkorozpočtové kampaně, jež by měla získat dvacet nových studentů jazykové školy vedral.eu.

Teoretická část poměrně vyčerpávajícím způsobem nabízí přehled forem nízkorozpočtového marketingu. Práci se zdroji a logiku této pasáže hodnotím jako velice zdařilou. Velice kladně hodnotím kapitolu „Etické aspekty nízkorozpočtového marketingu“. Zvolená metodologie odpovídá požadavkům bakalářské práce, i když celý bakalářský projekt je poněkud obsáhlejší, než je u práce tohoto typu běžné (78 stran + 21 stran příloh).

V praktické části autor využívá metody komparativní analýzy konkurence a následně definuje potřeby cílové skupiny pomocí kvantitativního dotazníkového šetření. Výzkum práce ukazuje, že autor dobře a uceleně uchopil celou problematiku a výsledky jsou velice zajímavé. Jistě by tento typ výzkumu mohl být hodnotný nejen pro účely této práce, ale i např. jako základní vzor jakým způsobem může zpracovat analýzu konkurence další společnosti.

Předkládaný bakalářský projekt je velmi originální nejen přístupem ke zpracování, ale i zjevným nadšením autora, které je cítit z každé kapitoly.

Autor naplnil cíle práce a odpověděl na výzkumné otázky. Domnívám se, že by tato práce mohla být velice dobrým základem pro případné pokračování formou diplomové práce.

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01

Po formální stránce autor splnil všechny požadavky kladené na bakalářskou práci, vhodně pracoval se zdroji a s vizuální podobou práce. Proto tuto bakalářskou práci hodnotím jako výbornou "A".

Otázky k obhajobě:

1. V kapitole „*Etické aspekty nízkorozpočtového marketingu*“ uvádíte základní ustanovení z Etického kodexu reklamy, které by mohly být v rámci Guerilla metody porušeny. Jako jedno ze zmiňovaných ustanovení jste uvedl „*Reklama musí respektovat zásady čestného soutěžení konkurentů*“. Velice dobře jste uvedl konkrétní příklad - poslední prezidentské volby v ČR a neetickou reklamní kampaň současného prezidenta. Měl by podle Vás být podobný typ nečestné soutěže nějakým způsobem právně ošetřen? Respektive, jakým způsobem by bylo možné podobnou situaci v médiích řešit?
2. Jazyková škola vedral.eu využívá především taktiky „*word of mouth*“, tedy šíření dobré pověsti jejími spokojenými studenty. Myslíte si, že by jazyková škola vedral.eu měla začít využívat i sociální sítě? Proč ano/ne?
3. V práci jste nastínil možnost využívání neformálních setkávání potenciálních členů kurzů s lektory jazykové školy. Myslíte si, že by tato forma setkávání mohla být žádoucí i pro členy stávající? Jaké formy marketingových taktik byste použil na udržení/loajalitu stávajících členů?

V Praze dne 5. 5. 2013

Podpis: