

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Mikuláš Zubec
Název práce	Nízkorozpočtová on-line komunikační strategie pro uvádění nového výrobku na trh
Obor/forma studia	MK KS
Akademický rok	2014/15
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	b
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	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	a
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,22	A

Připomínky a hodnocení práce:

Téma této předkládané bakalářské práce „*nízkorozpočtová online komunikační strategie pro uvádění nového výrobku na trh*“ je tématem zajímavým a účelným pro současnost, kdy se stále marketingové oddělení potýkají s poměrně omezenými finančními prostředky, výběr tématu bakalářské práce tak považuji za velmi aktuální a přínosný.

Bakalářská práce o rozsahu 61 stran textové části má poměrně logickou strukturu. Silnou stránkou projektu je praktická část a závěr – návrh komunikační kampaně s konkrétním harmonogramem a finančním rozpočtem. Předkládaný bakalářský projekt je velmi originální nejen přístupem ke zpracování, ale i nadšením autora pro téma.

Autor naplnil cíle práce a odpověděl na zadané výzkumné otázky. Domnívám se, že by tato práce mohla být velice dobrým základem pro případné pokračování formou diplomové práce. Po formální stránce autor splnil všechny požadavky kladené na bakalářskou práci, vhodně pracoval se zdroji a s celkovou vizuální podobou práce. Proto tuto bakalářskou práci doporučuji k obsahově a hodnotím známkou „A“.

Otázky k obhajobě:

1. V teoretické části práci zmiňujete v krátkosti „Guerillový marketing“. Mohl byste prosím ve stručnosti říci, jakým způsobem je vyřešen etický princip guerilla marketingu v české praxi?
2. Dokázal byste prosím vysvětlit a na praktickém příkladu ukázat rozdíl mezi PR a obsahovým marketingem?
3. Cílová skupina, kterou popisujete, tráví určitý čas i u televizního vysílání. Pokud byste měl k dispozici dostatečný rozpočet, zvážil byste i TV reklamu, případně účast

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

v pořadech, které jsou sledovány Vaší cílovou skupinou? Můžete prosím specifikovat důvody proč ano/ne?

V Praze dne 4. 5. 2015

Podpis:

