

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Téma: Buzz marketing a jeho využití v praxi

Autor: Vojtěch Khodl

Vedoucí práce: Ing. Jiří Zeman, Ph.D.

Náročnost tématu na:

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------------------|--|--------------------------------------|
| • teoretické znalosti | ☐ podprůměrná | ☒ průměrná | ☐ nadprůměrná |
| • vstupní údaje | ☐ podprůměrná | ☒ průměrná | ☐ nadprůměrná |
| • použité metody | ☐ podprůměrná | ☒ průměrná | ☐ nadprůměrná |

Kritéria hodnocení práce

Stupeň hodnocení

	1	2	3	4
Stupeň splnění cíle práce	☒	☐	☐	☐
Logická stavba práce	☒	☐	☐	☐
Práce s literaturou, citace	☒	☐	☐	☐
Adekvátnost použitých metod	☒	☐	☐	☐
Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	☒	☐	☐	☐
Vlastní přístup k řešení	☒	☐	☐	☐
Formální úprava práce	☒	☐	☐	☐
Jazyková a stylistická úprava práce	☒	☐	☐	☐

Využitelnost výsledků práce v praxi, příp. teorii:

☒ průměrná ☐ nadprůměrná

Připomínky a požadavky na doplnění práce:

Práce shrnuje současné poznatky, týkající se relativně nového marketingového trendu, a zasazuje je do širšího rámce. V praktické části pak pomocí dvou vlastních šetření ověřuje ústup tradičních reklamních médií a obeznámenost marketingových firem s buzz marketingem. Z hlediska změny vnímání médií mladou generací je zajímavé především srovnání prvních dvou grafů práce.

K diskusi:

Ve druhém dotazníkovém šetření uvádíte, že jste oslovil 560 reklamních agentur.

Domníváte se, že tento počet odpovídá velikosti českého trhu?

Navržená známka: výborně

V Praze dne: 14. června 2011

.....
vedoucí práce