

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Téma: Buzz marketing a jeho využití v praxi

Autor: Vojtěch Khodl

Vedoucí práce: Ing. Jiří Zeman, Ph.D.

Oponent: Ing. Alena Filipová, 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 velmi dobře vystihuje nové trendy v marketingu, je aktuální.

Práce je i výborně strukturovaná, vyvážená, provedený výzkum je zajímavý, závěry logické.

Co bych ale chtěla vyzdvihnout v této práci, je stylistika a jazyková bohatost autora.

Prozrazuje buď zkušenost se psaným slovem, či autorovo výrazné nadání. V každém případě je práce velmi čtivá, aniž by byla snížena její odborná úroveň.

Škoda jen několika neopravených překlepů, protože práci považuji za výbornou.

K diskuzi:

Má buzz marketing nějaké limity ohledně propagovaného produktu? Ohledně segmentu spotřebitelů?

Navržená známka: výborně

V Praze dne: 14. června 2011

.....
oponent