

Posudek vedoucího diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Mezinárodní obchod**

Akademický rok: **2012/2013**

Název práce: **Guerilla marketing a jeho využití v komerčních komunikacích**

Řešitel: **Bc. Stanislava Koišová**

Vedoucí práce: **Ing. Alena Filipová, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Jiří Zeman, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	2
2.	Logická stavba práce	1
3.	Práce s literaturou, citace	1
4.	Adekvátnost použitých metod	1
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	2
6.	Vlastní přístup k řešení	1
7.	Formální úprava práce	2
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	1

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Guerilla marketing patří k novým nástrojům marketingu a je považován za relativně finančně nenáročný způsob propagace. Proto se autorka rozhodla prozkoumat, zda by vyhovoval malým a středním firmám s omezenými finančními zdroji na marketing. Cíl je formulován poměrně jasně. Teoretická část vymezuje základní problematiku ve vztahu k tématu, přičemž se opírá i o méně známé zdroje. Rovněž kladně hodnotím i výběr příkladů, kterými autorka teoretickou část ilustruje. Rozsah považuji za dostatečný. Jako pozitivní hodnotím i vlastní provedený výzkum, který napověděl, nakolik zákazníci vnímají určitý druh reklamy. Slabé místo práce je naplnění jejího cíle, resp. jeho druhé části ve vztahu k malým a středním firmám. Právě z nenaplnění cíle v jeho komplexnosti zvažuji hodnocení – jinak velmi dobré – práce mezi stupněm výborně a velmi dobře. Nakonec jsem se přiklonila k doporučení za jedna, které je ale podmíněno vynikající a bezchybnou obhajobou. Práce má nevýznamné formální nedostatky.

K diskuzi:

1. Jaká je úroveň marketingových aktivit u malých a středních firem? Uveďte příklady.
2. Které ze současných moderních nástrojů marketingu by byly pro MSP vhodné? Zdůvodněte.

Závěr: Diplomovou práci **doporučuji k obhajobě.**

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 31. 05. 2013

Ing. Alena Filipová, Ph.D.
vedoucí práce