

Posudek oponenta 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	2
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:

Autorka se v práci věnuje novým formám marketingové komunikace s důrazem na guerilla marketing. Z hlediska sílící konkurence na trhu jde o téma bezesporu aktuální. Cíl práce není zcela naplněn, a to především ve druhé části – posouzení možného uplatnění nových forem marketingové komunikace v segmentu MSP. Tomu je věnována pouze jedna subkapitola (dvě strany textu) – hloubka analýzy zde tedy není dobrá. Otázkou je, jestli je cíl práce vhodně vymezen, tj. jestli odpovídá názvu práce. Část o MSP se jeví z tohoto pohledu jako nadbytečná. Kladně lze hodnotit vlastní výzkum, kde však nejsou úplně správně vymezeny věkové hranice respondentů (věková skupina 40+ nedává z pohledu marketingu valný smysl). Elektronické zdroje nejsou ve velké míře uváděny ve správném formátu.

Otázky k obhajobě:

1. Jaké druhy marketingu jsou využívány malými a středními podniky?
2. Mohou malé a střední podniky využívat evropské dotace pro své marketingové aktivity?

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

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **2**

Datum: 31. 05. 2013

Ing. Jiří Zeman, Ph.D.
oponent práce