

**POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Marketingový výzkum popularity a potenciálu guerilla marketingu v rámci struktury marketingového plánování firem

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Čermák Martin

**Vedoucí práce:** Mgr. Martin Březina, DiS.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	<b>X</b>
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	<b>X</b>
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	<b>X</b>
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Autor si zvolil aktuální, originální a poměrně složité téma, které má reálné uplatnění v praxi ve které působí. Je zřejmé, že se autor v dané oblasti, terminologii a na trhu netradičního marketingu orientuje, čemuž odpovídá odbornost celého výzkumu, a to včetně vyhodnocení, které je reálným východiskem pro možnou obchodní i marketingovou strategii agentury, která guerilla marketing služby realizuje. Bakalářskou práci tak hodnotím jako výbornou a autorovi zároveň doporučuji toto téma rozvíjet v případné Diplomové práci.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Ve kterém segmentu jsou zadavatelé nejprístupnější využití guerilla marketingu?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jakou z forem guerilla marketingu považujete v ČR za nedoceněnou?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jak vidíte budoucnost guerilla marketingu na českém trhu?

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

<b>Klasifikace</b>	výborně	<b>X</b>
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

**Datum: 11.01.2014**

---

**Podpis vedoucího práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, O.P.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz