

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketingový výzkum podnětů pro buzzmarketing značky Avon

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Peterková Veronika

Vedoucí práce: Dr. Mgr. Jiří Boháček

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Práce je ucelená, má logickou strukturu, opírá se o rozbor buzzmarketingové kampaně firmy Avon a kvalitativní a kvantitativní šetření zaměřené na tuto kampaň. Na základě zjištění z rozboru kampaně a výsledků šetření byla odvozena konkrétní doporučení pro buzzmarketingové kampaně firmy Avon. Je patrná dobrá orientace autorky v této oblasti.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jaké jsou výhody a rizika používání kontroverzní celebrity v reklamě?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jak funguje virální marketingová komunikace a jaké jsou její výhody oproti klasické reklamě?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	X
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 16.05.2016

Podpis vedoucího práce