

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Jan Valušík
Název práce	Nízkorozpočtové komunikační kampaně v prostředí internetových startupů na trhu USA
Obor/forma studia	MK/PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Eva Šikl Burešová

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	a
2 Nastavení cílů a metod práce	30	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	b
4 Úroveň analytické části práce	50	a
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	a
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	b
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,18</b>	<b>A</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Bakalářská práce autora Jana Valušíka řeší neotřelé a poměrně jedinečné téma – „Nízkonákladové komunikační kampaně v prostředí internetových startupů na trhu v USA“.

V současné době, kdy společnosti chtějí malými marketingovými náklady dosáhnout vysokých výdělků, je výběr tématu a jeho zpracování naprosto aktuální. Zadaný cíl práce byl splněn, jak v oblasti teoretických předpokladů, tak i analýz.

Jediné, co by snad mohlo rozšířit teoretickou rovinu práce, je oblast etických otázek nízkorozpočtového marketingu a obecné ukotvení nízkorozpočtového marketingu do marketingových komunikací.

V připomínkách a doporučeních bych ráda poukázala na drobné nepřesnosti ve formální stránce práce (překlepy – např. s. 22, 23, 29, 44, 48 a velké množství internetových zdrojů oproti primárním bibliografickým). Velice kladně hodnotím v praktické části dotazníkové šetření se závěry, které bezesporu patří mezi nejsilnější stránku práce. Jejich využití dalece přesahuje potřeby bakalářské práce. Doporučuji výsledky uveřejnit prostřednictvím tiskových i elektronických marketingových médií.

Celkově konstatuji, že předložená bakalářská práce je po obsahové i formální stránce na velmi dobré úrovni. Domnívám se, že by tato práce mohla být velice dobrým základem pro případné pokračování formou diplomové práce. Předložená bakalářská práce splňuje požadavky kladené na tento typ absolventské práce. Na základě studia textu práce navrhuji hodnocení známkou „A“ – výborně.

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01

**Otázky k obhajobě:**

1. V práci jste si vybral analýzu internetových startupů ve Spojených státech amerických. Myslíte si, že startupy mohou být aplikovány po celém světě, že jde o globální marketingovou taktiku? Respektive pokud pomínu rychlost internetového spojení a množství počítačů/tabletů/chytrých telefonů v dané zemi, existuje dle Vás v rámci globálního marketingu pro tuto taktiku nějaké omezení?
2. Ve Vaší práci zmiňujete, že podle predikcí bude v roce 2013 vyšší investice do online médií než do tiskových. Jde podle Vás o trend, který bude nadále sílit, nebo lze předpokládat, že po nějaké době se zadavatelé kampaní i spotřebitelé vrátí zpět k tiskovým médiím na místo elektronickým? Mohl byste prosím Váš názor zdůvodnit?
3. Astroturfing je technika PR, která se snaží vyvolat dojem přirozené reakce na komunikovaný objekt, produkt či službu. Cílová skupina však bohužel není nijak informována o tom, že sdělení, které je k ní přenášeno, je sdělení komerční. V práci jste aplikování astroturfingu v praxi označil za hranici etiky. Myslíte si, že z forem nízkorozpočtového marketingu se etická otázka týká pouze astroturfingu? Měly by být dle Vás takovéto taktiky ošetřeny zákonem a tedy sankcionovány?

**V Praze dne 7. 5. 2013**

**Podpis:**