



# Posudek oponenta bakalářské práce

**Autor (jméno, příjmení):** Adéla Bláhová  
**Název bakalářské práce:** Viral marketing  
**Studijní obor:** Obchodní podnikání - Retail management  
**Fakulta/katedra:** Ekonomická fakulta, řízení  
**Oponent bakalářské práce:** Marcel Nový  
**Obor profesního působení:** Reklama a marketing

## Hodnocení práce

1. **Význam a náročnost tématu:** 100 %
2. **Logická struktura práce:** 75 %
3. **Naplnění cíle práce:** 75 %
4. **Metodologický postup:** 100 %
5. **Hodnocení teoretického zobrazení a přínosu:** 100 %
6. **Praktický přínos práce:** 50 %
7. **Práce s literaturou:** 75 %
8. **Formální stránka:** 75 %

## Závěr

**Výsledek:** 82.5 bodů

**Hodnocení práce známkou:** výborně

**Doporučuji práci k obhajobě:** ANO

## Otázky pro diskusi a poznámky

**Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce:** Virální marketing je vysoce účinný a přitom dostupný nástroj komunikace směrem ke koncovému zákazníkovi. Práce je přínosná jednak tím, že shrnuje současné teoretické základy a poznatky, jednak tím, že analyzuje vybrané realizované reklamní kampaně. Pokud se autorka bude tématu ještě věnovat, doporučil bych zaměřit se také na skutečně nízkorozpočtové kampaně, jejichž zadavatelé by byli pravděpodobně ochotni publikovat veškeré podrobnosti - rozpočet, obchodní výsledky apod.

**Otázky nebo témata pro diskusi před komisí:** Guerilla marketing jako způsob virálního marketingu. Etické problémy virálního marketingu. Spolehlivost a účinnost "word-of-mouth".

**Datum:** 08. 05. 2012

**Podpis oponenta bakalářské práce:**