

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

**Jméno studenta:** Sára Marvanová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Role influencerů v marketingové komunikaci podniků působících ve vybraném odvětví

**Hodnotitel – oponent:** Ing. David Prantl  
**Podnik – firma:** ZČU

<b>Kritéria hodnocení:</b>	<b>(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>N</b>
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**výborně**

### **Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Práce se zabývá rolí influencerů v marketingové komunikaci podniků. V první části práce je krátce představen marketing. Následně jsou zdařile popsána sociální média a především influenceři. Nejdůležitější částí práce je dotazníkové šetření s cílem zjistit, jaký vliv mají influenceři na nákupní chování spotřebitelů. Na některé otázky odpovídala jen část tazatelů - vzorek by vždy bylo vhodné uvádět hned u grafů (například u obrázku 7 by mělo být uvedeno N=25). U některých ukazatelů by také bylo vhodnější udávat relativní hodnoty (%). Otázka č. 12 (U nejvýše kolika influencerů by podle tebe měla probíhat jedna kampaň jedné konkrétní značky?) je celkem zbytečná a může poskytovat zkreslený pohled (daný uživatel nikdy nesleduje všechny influenciery na internetu). Výsledná doporučení jsou ovšem zajímavá a v praxi využitelná.

**Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

V čem jsou nejvýraznější rozdíly ve vlivu inflencerů na muže a ženy (v jaké otázce byl pozorován největší rozdíl v odpovědích)?

V Plzni, dne 25.5.2020

Podpis hodnotitele