

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

**Jméno studenta:** Lucie Voženílková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Role influencerů v marketingové komunikaci podniku

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Lenka Holubová

<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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na roli influencerů v marketingové komunikaci podniku. Autorka nejprve zpracovala teoretický úvod do problematiky, text je logicky členěn, jednotlivé části na sebe pěkně navazují. Následně se věnovala vysvětlení pojmů influencer a influencer marketing, text doplňuje o aktuální data a tipy. Je poměrně rušivé nepřesné užívání jmen citovaných autorů v textu, i když je jejich jméno evidentně součástí věty, je uvedeno v závorkách (např. s. 13, 22, 25). Po představení vybraných kampaní, které jsou součástí výzkumu autorka představila samotný výzkum. Na s. 47 mi není jasný počet respondentů, v textu je avizováno 574, ale z tabulky plyne, že jich bylo 396. Prezentace výsledků výzkumu je poměrně zdařilá, autorka se snažila pracovat s daty, hledat v nich souvislosti a vyvozovat závěry. Autorka si místy odporuje např. na straně 49 uvádí, že FB je vhodný pro stránku



podniku a jiné metody propagace než je využití influencerů, ale na s. 66 dole doporučuje influencer marketing i na FB. Dále mi není jasné, proč poté, co v práci opakovaně doporučila zapojení více menších influencerů v kampani (s. 23, 25, 51, 66), nakonec v návrhu doporučí jednoho megainfluencera (s. 68). Je velká škoda, že přes opakovaná upozornění autorka nevěnovala pozornost korektuře textu, neboť množství gramatických a stylistických chyb je až hraniční. Pozitivně hodnotím použití velkého množství zdrojů včetně zahraničních odborných časopisů. Celkově hodnotím práci spíše jako "dobrou".

#### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>

Chápu správně, že očekáváte 15 000 získaných sledujících pro IG Pepsi na základě 7 příspěvků ve feedu a 12 stories od jednoho influencera za rok?

Na základě čeho jste stanovila tržby 500 000 Kč na s. 69?

Rozpracujte doporučení pro Kofolu - s kým by podle Vás měla dlouhodobě spolupracovat a jak by měla spolupráce vypadat?

V Plzni, dne 01.06.2021

Podpis hodnotitele