

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Ivana Lohrová
Studijní program: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Využití influencer marketingu ve vybrané kampani

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Zdeněk Kresa

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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) 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předložená práce se zabývá influencer marketingem na příkladu vybrané kampaně. V teoretické části představuje autorka základní pojmy z oblasti marketingu a sociálních sítí. S ohledem na téma je pochopitelné větší využívání on-line zdrojů (vč. cizojazyčných), nicméně dokázal bych si představit podložení odbornějšími zdroji (články), namísto konvenčních webových stránek.

Praktická část je založena na kvalitativním výzkumu - rozhovorech se třemi nano-influencery. Tuto část lze jednoznačně hodnotit jako přínosnou a novou, poukazující mimo jiné na potenciálně problematická místa při komunikaci společnosti a influencerů. Je pochopitelná anonymizace jedné z influencerů i celé popisované kampaně. Klíčové poznatky z rozhovorů by mohly být uvedeny strukturovanější formou. Doporučení pro využití influencer marketingu společnostmi by mohla být obsáhlejší, případně by nebyla od věci diskuze formulovaných závěrů (pohled jiných autorů). Je škoda, že autorka se nezamýšlí nad

případnými omezeními práce či dalším zdokonalováním výzkumu (např. zapojením více influencerů či takových s vyšším počtem sledujících).

Po formální stránce by bylo vhodné zlepšit odbornější vyjadřování a formulování vět, několikrát věty začínají malým písmenem (str. 45, 46). Za ne úplně šťastně naformulovaný lze hodnotit stanovený cíl výzkumu v praktické části. Citování je většinou v pořádku, vytknout lze způsoby citování např. na straně 15, či ne zcela abecední pořadí zdrojů v seznamu literatury a různé řádkování tamtéž.

Zvolené téma je aktuální, výsledky realizovaného výzkumu mohou posloužit pro praxi i další rozvoj teorie, cíl práce byl splněn, s ohledem na vše výše uvedené navrhuji práci k obhajobě se stupněm velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Jaký je Váš pohled na prezentování influencerek v plavkách (patrně na obrázcích č. 5 a 7 u obou konkrétněji popsaných influencerek)? Lze u tohoto typu příspěvků pozorovat rozdílné míry interakce ze strany fanoušků?

Poznatky a doporučení formulované v závěru práce jsou platné výhradně při spolupráci společnosti s nano-influencery nebo je lze aplikovat všeobecněji?

V Plzni, dne 17. 5. 2023

Podpis hodnotitele