

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Influenceri a online marketing na sociálních sítích</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Tereza Neubergová</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Institut ekonomických studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Institut manažerských studií

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání považuji za průměrně náročné; jedná se o aplikačně zaměřenou práci.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s menšími výhradami</b>
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Cílem bakalářské práce je zjistit, jakým způsobem ovlivňují influenceri své sledující na sociálních sítích, tedy jakým způsobem jsou spotřebitelé ovlivňováni influencerem. Domnívám se, že tento cíl byl částečně splněn, protože míra ovlivnění není v práci objektivně změřena a jsou prozkoumány jen postoje spotřebitelů k vybraným influencerům a sociálním sítím.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>částečně vhodný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Teoretická část práce nemusela začínat kapitolou 1 Marketing, ale měla být ihned zaměřena na komunikaci na sociálních sítích. Jako typický model komunikačního procesu v kapitole 1.1 Marketingové komunikace měl být spíše zvolen model AIDA, nebo model STDC, které on-line komunikace vyhovují více. Praktická část práce začíná představením metodiky výzkumu, která sice uvádí jednotlivé kroky, jež však mohly být popsány detailněji a strukturovaně. Není jasné, jaká technika výběru respondentů byla využita, jestli hrála roli předchozí znalost influencerem respondentem, nebo ne. Formulované hypotézy jsou příliš komplikované a ve stanoveném tvaru je není možné statisticky ověřit.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>C - dobře</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Výběrový soubor je značně vychýlen směrem k respondentům ve věku méně než 17 až 25 let. Zde je otázkou, jestli starší respondenti sociální sítě skutečně nesledují. U výběrového šetření není nutné vyhodnocovat všechny otázky, jak jsou řazeny v dotazníku, ale pouze ty, které ukazují nějakou závislost, nebo zajímavý výsledek. Ke konstrukci dotazníku dále uvádím, že např. otázky 4, 5 a 6 by v dotazníku vůbec nemusely být, protože jsou velmi obecné a se stanovenou výzkumnou otázkou přímo nesouvisí. Otázky 9 a 10 („Je podle Vás „online marketing“ výhodný?“ a „Jaké jsou výhody „online marketingu“?“) jsou návodné otázky, a v dotazníku by se v takovém tvaru neměly vůbec vyskytovat. Hypotézy jsou následně vyhodnoceny jen pohledem na výsledky, a nikoliv statistickým testováním. Celkově nebyl využit potenciál výzkumu, protože v dotazníku mělo být umístěno více otázek se škálovými možnostmi odpovědí, které by přinesly podrobnější výsledky, jež by šlo vyhodnotit detailněji.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>C - dobře</b>
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Z formálního pohledu uvádím, že tečka se píše vždy až za závorkou s citací. Dále bych doporučoval snížit počet odrážek v textu a nahradit je souvislým textem. V grafech č. 4 a 5 měly být hodnoty seřazeny sestupně.	

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**C - dobře**

*Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.*

Zvolená literatura měla obsahovat více cizojazyčných zdrojů. Většina použitých zdrojů jsou učebnice v českém jazyce, byť vydané v posledních letech. Zdroje Podnikatel.cz a Wikipedia bych v práci vůbec nepoužíval.

**Další komentáře a hodnocení**

*Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.*

**III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE**

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.*

Otázky k obhajobě:

- 1) Jakým konkrétním způsobem jsou tedy sledující ovlivňováni influencery?
- 2) Jaké jsou rozdíly ve vlivu influencerů na sledující dle jednotlivých věkových kategorií?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

Datum: 25.5.2022

Podpis: