

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Marketingová olympiáda na sociálních sítích: influencer jako obchodní partner
Jméno autora:	Štípek Daniel
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	mimořádně náročné
<p>Autor závěrečné práce předkládá k obhajobě práci věnovanou problematice influencer marketingu. Konkrétně se věnuje postavení influencera jako obchodního partnera. Autor nastavuje následující cíl práce: „Cílem bakalářské práce je na základě literární rešerše a zjištěných dat z primárního výzkumu analyzovat a interpretovat současnou praxi fenoménu influencer marketing jako dynamicky se rozvíjející součásti digitálního marketingu. Významným výstupem bakalářské práce je formulace etického kodexu upravujícího vzájemné vztahy mezi influencery a značkami s cílem nastolení transparentního rámce pro zdravé a etické praktiky v rámci influencer marketingu“. Autor stanovuje tři hypotézy a v kontextu s nimi i tři výzkumné otázky.</p> <p>Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části práce pro bakalářský stupeň studia mimořádně náročné. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat ze zahraničních literárních zdrojů a současně využít kvalitativního i kvantitativního marketingového šetření.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Bakalářská práce zprostředkovává komplexní pohled na aktuální podobu influencer marketingu a splňuje zadání ve všech bodech. Závěrečnou práci považuji za velmi zdařilou.</p>	

Zvolený postup řešení	správný
<p>Práce je rozdělena na dvě části, kde první poskytuje pohled na disciplíny influencer marketingu, marketingu sociálních sítí a digitálnímu marketingu. Empirická část bakalářské práce se skládá ze dvou dílčích částí. První část se zabývá primárním výzkumem metodou polostrukturovaných rozhovorů s vybranými influencery s cílem získat aktuální informace o jejich spolupráci se značkami. Druhá část empirické části přináší výsledky výzkumu provedeného metodou dotazníkového šetření, které se zaměřuje na názor sledujících na spolupráce daného influencera se značkami. Výsledkem dílčích analýz je identifikace hlavních kritérií při výběru spolupráce se značkami, vztah Influencerů k spolupracím a následně student navrhuje samotný draft etického kodexu.</p>	

Odborná úroveň	A - výborně
<p>Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem a je velmi dobrým zdrojem informací pro sledovanou oblast. Hlavním přínosem práce je komplexní teoretické zpracování velmi aktuálního tématu. Autor přináší zcela nový pohled do dané oblasti a představuje literaturou nezpracovanou tematiku, což je na úrovni bakalářské práce velmi neobvyklé.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
-------------------------------------------------	--------------------

Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na bakalářskou práci. Rozsah práce je nadstandardní na bakalářskou práci, avšak téma je velmi nové a inovativně zpracované. Autor uvádí i přepisy kvalitativních rozhovorů, což oceňuji kladně. Jazyková úroveň práce je standardní.

Výběr zdrojů, korektnost citací

A - výborně

Autor si vybral adekvátní odbornou literaturu, v teoretické části prokázal svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autor využil standardní počet aktuálních informačních zdrojů. Autora lze pochválit za využití cizojazyčné literatury a citační korektnost v rámci teoretické části práce. Lze konstatovat, že výběr zdrojů a korektnosti citací je v souladu s metodikou.

Další komentáře a hodnocení

V rámci práce autor vytvořil první návrh etického kodexu influencera. Velmi hodnotné je, že jej využil na základě kvalitativního i kvantitativního šetření. Lze konstatovat, že jako oponent jsem zvolené netradiční téma velmi ocenila a práci jsem si ráda přečetla. Jedinou výtkou je větší rozsah práce, nicméně mi to v daném případě nevadí. Práce je na úrovni diplomové práce jak rozsahem, tak zvolenou tematikou i kvalitou zpracování.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Autor předložené práce splnil vytčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

- 1/ Představte a okomentujte, jak by bylo možné navržený návrh etického kodexu influencera dále rozvíjet?
- 2/ Jak se díváte na problematiku vlivu AI, konkrétně avatarů, na odvětví influencer marketing?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Datum: 28.1.2024

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.