

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Influencer marketing a cílový zákazník firmy ulivilu s. r. o.</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Klimentová Romana</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	<b>Institut ekonomických studií</b>
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Lenka Nováková, MBA
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Téma bakalářské práce je zajímavé a atraktivní. V současné době se častěji objevuje mezi náměty závěrečných studentských prací.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</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 práce bylo analyzovat a nastavit influencer marketing a nalézt cílového zákazníka firmy ulivilu s. r. o. Toto zadání bylo splněno a cíle bylo dosaženo, s malými výhradami, které budou uvedeny níže.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>správný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Pro teoretickou část práce byla zvolena vhodná metoda rešerše odborné literatury i online odborných zdrojů. Pro praktickou část byla zvolena dle autorky dotazníková metoda (kvantitativního šetření) a kvalitativní hloubkové rozhovory. Ty byly realizovány formou polostrukturovaného dotazníku zaslaného emailem (vhodnější by byl scénář a osobní dotazování). U kvantitativního šetření se vzhledem k formě oslovení respondentů a vzorku zase jedná spíš o anketu než o průzkum, což by bylo vhodné alespoň zmínit.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Praktická část je přínosná díky praktickému zaměření a využití závěrů pro konkrétní firmu, která je může využít ve svém strategickém rozhodování. Prospělo by však uvedení kontextu a rámce, ve kterém probíhají aktuální marketingové a komunikační aktivity, pro realizaci návrhů v závěru práce pak odhad finanční náročnosti doporučených opatření. Drobnou výhradu je možno mít i k používané terminologii.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Práce je napsána svižně a čtivě, s minimem drobných formálních nedostatků. Rozsah práce i jazyková úroveň jsou na velmi slušné úrovni, stejně jako grafická a typografická úprava.	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<i>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.</i>	

Teoretická část přináší kompilaci dostupných odborných zdrojů s mírným důrazem na zdroje elektronické. Rozsah je přiměřený a vhodný, odpovídá tématu a typu závěrečné práce.

#### **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.*

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

### **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.*

Práce je prakticky využitelná a smysluplná. Téma je aktuální, teoreticky je zajímavě pokryto, výhrady zejména pro praktickou část uvedeny výše.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

#### **Otázky:**

- 1. V teorii uvádíte, že influenceři by měli skladbou a profilem svých followerů odpovídat cílové skupině klienta. Jak byste mohla toto pravidlo zajistit pro firmu ulivilu s.r.o.?**
- 2. Zmiňte se o aktuálním komunikačním mixu a rozpočtu firmy a uveďte, jak ho ovlivní začlenění influencer marketingu (jaké budou další finanční náklady). Jak a kdy byste doporučila provést hodnocení efektivity tohoto konceptu?**

Datum: Klepněte sem a zadejte datum.

Podpis: