

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	Internetový influencer jako nástroj marketingu
<b>Jméno autora:</b>	Jessica Slavíková
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Oddělení manažerských studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Radek Hanzlík
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Vodafone Czech Republic a.s.

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>náročnější</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Autorka si pro svoji práci vybrala téma influencer marketingu se záměrem zmapovat současnou situaci influencerů na českém trhu, vyhodnotit konkrétní influencer marketingovou kampaň z pohledu všech zúčastněných stran a následně navrhnout obecné schéma spolupráce mezi influencerem a klientem. Jedná se o odvětví marketingu, ve kterém hrají stěžejní roli lidé – influenceři s rozdílnými názory i cílovými skupinami. Z tohoto důvodu nemusí být jednoduché vytvořit obecně platné schéma, a proto práci hodnotím jako náročnější.	
<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>	
Ano, práce splňuje zadání.	
<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>vynikající</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Podklady pro návrh obecného schématu spolupráce autorka získala primárně díky sérii vlastních rozhovorů se zástupci tří stran, které do procesu spolupráce mezi klientem a influencerem vstupují – klient, handler agentura a influencer. Výstupem z těchto rozhovorů je sada konkrétních doporučení, které slouží jako podklady pro návrh obecného schématu spolupráce.	
<b>Odborná úroveň</b>	<b>A - výborně</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Autorka navrhla obecně platné schéma na základě podkladů ze série rozhovorů s odborníky z praxe. Navrhované schéma vychází z výsledků reálných marketingových kampaní a bere v úvahu všechny zúčastněné strany.	
<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>A - výborně</b>
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Rozsah odpovídá typu práce. Po formální a jazykové stránce je práce výborná.	
<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>A - výborně</b>
<i>Vyjádrete 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>	
Téma influencer marketingu je relativně nové a množství odborné literatury na toto téma je omezené. I přesto autorka využila dostatečné množství relevantní zdrojů.	
<b>Další komentáře a hodnocení</b>	



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.

Autorka práce navrhla obecně platné schéma spolupráce mezi klientem a influencerem. Práce může potenciálně sloužit jako zdroj informací pro publikace na téma influencer marketingu a pro aplikaci v praxi.

### 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.

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

Datum: 5.6.2019

Podpis: Ing. Radek Hanzlík