

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Budování osobní značky na sociálních sítích
Jméno autora:	Jakub Vích (467092)
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Oddělení manažerských studií (MÚVS)

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<p>Závěrečná práce se zabývá tématem brand managementu v kontextu sociálních sítí. Cílem práce je: „vybudování stabilní značky na internetové platformě YouTube.“. Záměrem práce analyzuje výsledky současné pozice influencera a následně navrhuje kampaň. Praktickým přínosem práce je nastavení nové marketingové kampaně. Autor má osobní zkušenost se zkoumanou problematikou, z toho plyne i jasné vymezení zkoumaného problému a cílů práce. Lze konstatovat, že zadání je pro úroveň bakalářské práce náročnější. Důvodem je okrajovost tématu a to, že dané téma není zatím odbornou literaturou zpracováno. Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Obsahem závěrečné práce je analýza současných možností marketingu a jejich využití v problematice budování brandu v kontextu sociálních sítí. Závěrečná kapitola vhodným a přesvědčivým způsobem naplnění cílů dokladuje.</p>	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<p>Autor plnil harmonogram konzultací, chodil na ně připraven s průběžně zpracovanými texty. Autor přistupoval ke zpracování zadané problematiky odpovědně. Daný fakt se v předkládané práci odrazil.</p>	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
<p>Analýza je na standardní úrovni, autor zná dobře prostředí, v němž byla závěrečná práce implementována. Práce má logickou stavbu. Autor práci rozčlenil na teoretickou a aplikační část. V teoretické části si vymezil vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části aplikuje definované pojmy a navrhuje vlastní řešení. Rozsahem i pojetím lze aplikační část označit za zdařilou a vyhovující svému účelu.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	D - uspokojivě
<p>Formální a jazyková úroveň práce je v souladu s požadavky na závěrečnou práci. Rozsah práce je odpovídající. Autorovi lze vytknout redakci práce a jazykové nedostatky.</p>	

Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi dobře
<p>Autor si vybral adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázal svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autor využil standardní počet zdrojů. Závěrečná práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz a s veškerými zdroji je shoda práce pod 5%. Veškeré přímé citace autor řádně citoval.</p>	

Další komentáře a hodnocení

Autor v rámci práce předložil vlastní řešení.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autor předložené práce splnil vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Vedoucí práce považuje závěrečnou práci za průměrnou. Nicméně svým tématem je závěrečná práce zajímavá.

Otázky k obhajobě:

- 1/ Specifikujte charakteristiky typické pro influencer marketing.
- 2/ Představte základní rozdíly pro komunikaci na sociální síti Facebook, Instagram a Youtube.

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

Datum: 13.8.2020

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.