

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Influencer marketing dětské a kojenecké výživy společnosti Nestlé v prostředí Instagramu
Jméno autora:	Korychová Nikola
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií
Vedoucí práce:	Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Studentka si zvolila velmi aktuální téma influencer marketingu. Jedná se o novou formu marketingu, která je rok od roku oblíbenější, a to nejen ve světě, ale i u nás. Influenceři působí na své cílové publikum zejména prostřednictvím sociálních sítí.	

Splnění zadání	splněno
<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 vyhodnocení komunikačních aktivit dětské a kojenecké výživy značky Nestlé v prostředí Instagramu. Studentka zanalyzovala současnou situaci společnosti Nestlé na trhu, využila k tomu kvantitativního i kvalitativního výzkumu. Na základě těchto šetření pak navrhla společnosti Nestlé vhodná doporučení.	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<i>Posuďte, zda byl student během řešení aktivní, zda dodržoval dohodnuté termíny, jestli své řešení průběžně konzultoval a zda byl na konzultace dostatečně připraven. Posuďte schopnost studenta samostatně tvůrčí práce.</i>	
Studentka si vybrala téma, které ji zajímá, jelikož ve společnosti Nestlé pracuje a zabývá se problematikou influencer marketingu. Projevila motivaci při psaní své diplomové práce, pravidelně ji konzultovala a zároveň pracovala samostatně.	

Odborná úroveň	A - výborně
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Studentka nejdříve v teoretické části poskytuje dostatečný vhled do problematiky, detailně představila pojem influencer marketing, zabývá se regulací reklamy a spotřebním chováním zákazníků. V praktické části představila společnost Nestlé, produktové portfolio divize dětské a kojenecké výživy, a následně představila jednotlivé kampaně, včetně jejich cílů a vybraných influencerů. Jednotlivé kampaně vyhodnotila a porovнала jejich dosah a zobrazení u jednotlivých influencerů. Na základě primárního výzkumu mezi uživateli sociálních sítí navrhla jednotlivá doporučení pro společnost Nestlé.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Formální a jazyková úroveň práce odpovídá požadavkům na psaní diplomových prací. V práci se občas objevují menší pravopisné chyby.	

Výběr zdrojů, korektnost citací

A - výborně

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.

Studentka vhodně využila jak českou, tak i zahraniční literaturu na toto poměrně specifické marketingové téma. Citovala správně.

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 A NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení.

Z práce je patrný zájem studentky o dané téma. Při zpracování praktické části studentka prokázala schopnost práce s prameny i znalost citační normy a pravidel formálního zpracování. V praktické části pak využila sekundárních i primárních dat pro analýzu daného problému. Vhodně doplnila svými poznatky a zkušenostmi, které získala jako zaměstnanec společnosti Nestlé. Cíle práce byly naplněny.

Otázky k obhajobě:

- 1) Na str 48 zmiňujete tzv. hashtagy. Vysvětlete, co jsou a k čemu slouží. Dále uvádíte, že Zobrazení je vždy větší číslo než Dosah. Vysvětlete proč. A jak je to u Stories?
- 2) Z Vašeho primárního výzkumu vyplynulo, že většina dotazujících by si nezakoupila kojeneckou nebo dětskou výživu díky doporučení od influencera. Vysvětlete, proč tomu tak je. Máte nějaký návrh, jakým způsobem by se to dalo změnit?

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

Datum: 6.6.2021

Podpis: