

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Role influencerů v marketingové komunikaci vybraných značek

Autor diplomové práce:

Barbora Opletalová

Cíl diplomové práce:

Vyhodnotit, jakým způsobem komunikace influencerů na sociálních sítích ovlivňuje osoby ve věku 19-27 let.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	8
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	8
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	8
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	8
7. Jazyková a terminologická úroveň	7
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešení problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	8
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	84
Výsledná známka	velmi dobře (2)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Velmi živé téma diplomové práce pojala autorka účelně a se zřetelným původním přístupem. V obecných částech text pěkně a užitečně postihuje hlavní obsah marketingového trendu využívajícího referenční síly nových názorových vůdců spojených s rozvoje internetových sociálních sítí. Je vhodně využita řada odborných zdrojů. Letité marketingové pojmy přitom autorka s pomocí odpovídající literatury rozumně převádí do jejich podoby v současném světě internetu, záběry hlavních poloh dokumentuje šikovnými sekundárními daty. Pro splnění cílů práce využívá tří směrů výzkumných pohledů, a to obsahové analýzy stránek vybraných influencerů ve vazbě na sledované dvě společnosti, kvantitativního výzkumu, jehož výsledky jsou analyzovány na úrovni frekvenční analýzy, a individuálních rozhovorů s experty. Propojením výsledků a jejich vyhodnocením dospívá autorka ke splnění cíle, který si vymezila.

Otázky k obhajobě: 1. Bylo by dobré jasně vymezit rozdíl mezi využívanými výrazy brandovaný amabassador a nebrandovaný. K tomu drobná poznámka: do jaké míry již jde o zavedené termíny. 2. Jak se lišily v kvantitativním dotazování odpovědi na meritorní otázky podle vzdělání a velikosti místa bydliště?

Jméno vedoucího diplomové práce:

doc.Ing.Jan Koudelka, CSc.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

katedra marketingu, FPH, VŠE Praha