

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Bc. Barbora Matějovcová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: YouTube a Instagram jako nástroje marketigové komunikace

Hodnotitel – oponent: Mgr. Hana Ovesleová Ph.D.
Podnik – firma: FEK ZCU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená diplomová práce zpracovává aktuální téma nositelů vlivu v prostředí sociálních médií jako nástrojů marketingové komunikace. Autorka se zaměřila na sociální sítě YouTube a Instagram, přičemž obě zde slouží spíše jako platformy pro tvorbu marketingového obsahu konkrétních subjektů. V prvních třech kapitolách je téma zasazeno do teoretického rámce marketingu, jsou zde definovány základní pojmy a naznačeny vzájemné vztahy a struktury. Aktualnost tématu je v některých případech popřena využitím zdrojů staršího data (např. roku 2009), což se místy projevilo v tvrzeních, která byla platná v době jejich vzniku, nicméně dnes již platná nejsou (viz str. 32 pojednávající o omezení zprávy na Twitteru na 140 znaků a o nemožnosti jejího navýšení). Z formálního hlediska bych teoretické části práce vytkla kvalitu obrazového materiálu (např. obr. 6, 8, 9, 11 apod.), která je tristní, a která devaluje jejich informační hodnotu na nulu, a dále pak místy slabší stylistiku. Těžištěm práce je však její druhá část, která se věnuje výzkumu zaměřenému na nositele vlivu (tzv. influencersy) s ohledem na nákupní chování jejich sledovatelů. Práce pečlivě mapuje a analyzuje personu nositele vlivu a zkoumá jeho vztah vůči populaci, která je zde vymezena do tří generačních oblastí. Metodika zahrnuje standardní dotazníkové šetření, které je doplněno o Kendallův test pořadové korelace k zhodnocení vztahů mezi jednotlivými proměnnými. Získaná data jsou interpretována správně a přehledně. Autorka v závěru

zmínila taktéž limity provedeného výzkumu spočívající především v nekonzistentním rozvrstvení věkového spektra zkoumaného vzorku jež se promítlo i do vědomého hodnocení výsledků zkoumání. V závěrečné kapitola pak nabídla souhrn doporučení pro propagaci prostřednictvím nositele vlivu, která vychází ze získaných dat a jenž jsou detailně rozpracována. Celkově práci doporučuji k obhobě a hodnotím ji stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Můžete vysvětlit důvod zařazení části teoretického rámce do přílohy A a přílohy B?
Jakou roli hrají podle vás v komunikaci tzv. hashtags?

V Plzni, dne 19. května 2019

Podpis hodnotitele