

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Barbora Sedláková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Role influencerů v marketingové komunikaci firem působících v cestovním ruchu na Instagramu

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Lenka Zelenka

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na identifikaci role influencerů v marketingové komunikaci firem na Instagramu. Autorka v úvodní části práce představila teoretická východiska, text v této části je heslovitý a trochu kostrbatý. Ve výzkumu zaměřeném na uživatele Instagramu autorka poměrně zdařile pracovala s daty, snažila hledat souvislosti a vyvozovat závěry. Pozitivně hodnotím rozhovory s vybranými influencery, některé závěry z této části jsou však pouze domněnky nepodložené fakty nebo nepřesné informace (např. efektivnost spolupráce s influencery nebo zákaz cestování - v době dokončování a odevzdání práce toto nebylo aktuální). Je škoda, že autorka v práci nepředstavila ideální spolupráci na konkrétním příkladu začlenění influencer obsahu do firemního, pomohlo by to jistě i v části s doporučením. Text práce není konzistentní napříč prací, část je psána opisem, část jako "my", část jako



"já". Práce také obsahuje velké množství gramatických chyb (zejména ve shodě podmětu s přísudkem) a překlepů, které velmi kazí dojem z práce. Celkově hodnotím práci jako "dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Představte z Vašeho pohledu ideální spolupráci travel influencera a firmy z pohledu uživatele Instagramu.

Na s. 17 uvádíte, že při přípravě příspěvků na sociální sítě je vhodné zapojit i webdesignery. Proč je to podle Vás důležité? Co konkrétně bude webdesigner dělat při tvorbě příspěvku na Instagram?

V Plzni, dne 07. 08. 2020

Podpis hodnotitele