

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

**Jméno studenta:** Alina Gazashvili  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Spolupráce módních značek s influencery na Instagramu  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Lenka Holubová  
**Podnik – firma:** FEK ZČU

**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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**nevyhověl**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na možnosti spolupráce módních značek s influencery na Instagramu. Autorka v úvodní části práce zpracovala až příliš stručný teoretický úvod do problematiky, tato část je příliš heslovitá, věty na sebe místy moc nenavazují. Zmatený je i tón psaní práce, střídání "já", "my" a psaní opisem. Z neznámých důvodů autorka neskloňuje jména citovaných autorů (např. s. 21, 22), místy chybí zdroje (např. s. 6, na s. 22 i u přímé citace). V praktické části autorka představuje výsledky výzkumu. Bohužel se zde autorka zaměřuje na holé konstatování výsledků, vůbec nepracuje s daty, nehledá souvislosti, nevyvozuje závěry. Nejasné je i to, jak mohlo v březnu probíhat zpracování a analýza dat, když dotazník byl v oběhu do 19.4. viz s. 33. Kapitola 8 obsahuje velké množství grafů a tabulek, které jsou k textu duplicitní a nemají přidanou hodnotu. Autorka si protirečí v počtu respondentů v jednotlivých kategoriích - v tabulce na s. 35 uvádí 107 respondentů ve věku 18-24let, v textu na s. 36 pak píše o 110 respondentech v této kategorii, obdobně i pro skupinu 25-35let je v tabulce počet 29, ale v textu jen 20. Není jasné, na základě čeho byla formulovaná škála u otázky 3, 1-10 sledovaných influencerů je dost velký rozptyl. Samotná kapitola návrhů a doporučení neobsahuje nic nového, konkrétního, plynoucího z vlastní práce autorky, je prakticky bez přínosu pro český trh. Autorka nevěnovala pozornost korektuře textu, neboť množství gramatických a stylistických chyb je za přijatelnou hranicí. Délka práce nevyhovuje

požadovanému rozsahu s ohledem na obrovské mezery mezi nadpisy a odstavci, dále i zbytečně velké obrázky v textu (např. s. 16, 20, 28), prakticky prázdné stránky (s. 7, 8, 10, 12, 15, 25, 29, 30, 45) a zbytečné výplňkové věty opisující název kapitoly (např. první věta na s. 24). Obsahově i formálně je práce spíše odbytou seminární prací, neobsahuje náležitosti kvalifikační práce. Celkově hodnotím práci jako "nevyhovující".

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Při přepracování práce si vyberte konkrétní značku, vyberte pro ni vhodné influencery (odůvodněte výběr), navrhnete konkrétní formu spolupráce a nejvhodnější plán postování včetně návrhu použitých typů příspěvků (opět zdůvodněte výběr). Definujte konkrétní cíle spolupráce, rizika, doplňte o kalkulaci nákladů a způsob vyhodnocení spolupráce.

V Plzni, dne 31.05.2021

Podpis hodnotitele