

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Klára Walterová
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Influencer marketing v ubytovacích službách

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Holubová
Podnik/organizace oponenta: FEK ZČU

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

v ý b o r n ě

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na influencer marketing v ubytovacích službách. Autorka nejprve představila teoretická východiska, která velmi zdařile prokládá aktuálními daty a příklady. Zde je trochu škoda, že nedoplnila více příkladů, dat či statistik z českého prostředí (zejména na s. 23-26) a nepředstavila všechny možné způsoby postování na sociální síť jako např. stories, reels. Pozitivně hodnotím bohatost zdrojů a opravdu velké množství zdrojů zahraničních, rešerše byla provedena opravdu pečlivě. V praktické části autorka představila výstupy vlastního výzkumu, ve kterém mám výhrady ke složení vzorku co se generace X týče (po eliminacích zbyde jen 5 respondentů viz s. 45). Jelikož je práce zaměřena na porovnání postojů 3 generací k influencer marketingu, měla si autorka pohlídat, aby měla rovnocenná data za všechny generace. Je s podivem, že autorka nevyloučila 3 respondenty, kteří vůbec necestují (s. 47), minimálně jen proto, že nemají v některých otázkách relevantní možnosti odpovědi a zkreslují výsledky. Autorka místy používá trochu osobité formulace jako např. s. 12 "bankomatová karta", s. 22 "vydělat si publikum" nebo "účelem zůstává talent přesvědčit" tamtéž. Doporučení by mohla být konkrétnější. Přesto hodnotím práci jako "výbornou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

1. Pro které kategorie ubytovacích služeb doporučujete využít influencery pro přilákání generace Z s ohledem na cenové limity viz s. 62?
2. Vyberte si libovolné ubytovací zařízení a připravte praktický příklad, jak influencer marketing použít v praxi. Tj. kdo je vhodný influencer pro daného poskytovatele ubytovacích služeb, jak přesně by vypadala spolupráce, kolik influencerů byste doporučovala zapojit, jaké by byly minimální výstupy spolupráce apod.

V Plzni, dne 25.05.2022

Podpis hodnotitele