

## POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Bc. Zuzana Rečlová

Oponent diplomové práce (DP): doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc.

Téma DP: Influencer marketing a chování spotřebitele

Ak. rok: 2021/2022

### Poznámky k vyplňování posudku:

1. U hodnocení jednotlivých kritérií použijte následující stupnici: A – splněno velmi kvalitně, výrazně překračuje požadavky; B – splněno kvalitně; C – splněno bez výhrad; D – splněno s menšími nedostatky; E – splněno, ale s výraznými nedostatky; F – nesplněno.
2. Pokud je jakékoliv kritérium ohodnoceno stupněm F, práce musí být celkově hodnocena jako nevyhovující, která nespĺňuje kritéria pro obhajobu DP a nelze takovou práci doporučit k obhajobě.
3. Oponent DP se musí slovně vyjádřit ke každému hodnotícímu kritériu!

### Hodnotící kritéria:

### Hodnocení

Hodnotící kritéria:	Hodnocení
<b>1. Cíle a metody práce</b>	<b>A</b>
<i>Diplomová práce je zpracována v rozsahu 93 stran textu a dvou příloh. Cílem diplomové práce je odhalit efekt používání apelů influencerů při tvorbě obsahu v rámci influencer marketingu v různých fázích nákupního chování spotřebitele. V úvodu autorka vysvětlila význam zkoumané oblasti; rozsáhlým výběrem (173) literárních zdrojů a jejich zpracováním, si autorka vytvořila teoretický rámec pro následné zpracování DP. Autorka provedla metodicky správně zpracovaný sofistikovaný kvalitativní výzkum, který vyústil v konkrétní doporučení, která budou využitelná pro influencery při tvorbě obsahu, tak i pro zadavatele reklamy, k ovlivnění chování spotřebitele v různých fázích jejich nákupního chování.</i>	
<b>2. Teoretická část práce</b>	<b>A</b>
<i>Úroveň teoretické části práce je třeba vyzvednout. Autorka zpracovala vysoce kvalifikovanou literární rešerši, v počtu 173 zdrojů literárních a elektronických. Vysvětlením odborných pojmů, s pomocí uvedených zdrojů, autorka prokázala svou odbornou erudici a zájem o řešené téma. Teoretická část má logickou provázanost a je zpracována čtivou formou.</i>	
<b>3. Praktická část práce – analýza</b>	<b>A</b>
<i>Pro řešení výzkumného problému DP autorka naformulovala hlavní výzkumnou otázku tématu, kterou podpořila naformulováním dílčích otázek, představujícími logický celek. Autorka vytvořila scénář vedení rozhovorů s návrhem otázek, rozhovory jsou přepsány, a lze je vyhledat na elektronickém odkazu (viz příloha P II). Jednotlivé rozhovory jsou vyhodnoceny podle autorkou stanovených tematických okruhů.</i>	

<b>4. Praktická část práce – projektová / výzkumná</b>	<b>A</b>
<i>V praktické části autorka vyhodnotila výzkumem nalezené fenomény, zodpověděla v úvodu stanovené výzkumné otázky, a vytvořila doporučení, která budou využitelná influencery při tvorbě obsahu, i zadavateli reklamy k ovlivnění chování spotřebitele v různých fázích spotřebitelského nákupního chování.</i>	
<b>5. Formální úroveň práce</b>	<b>A</b>
<i>Autorka pracovala s přesnou terminologií, práce je napsána kultivovaným jazykem, a je třeba dodat, že zpracováním a celkovou úrovní překračuje existující standard diplomových prací.</i>	

<b>Závěrečné hodnocení DP*</b>	<b>A</b>
<i>Diplomová práce je ve všech částech zpracována na vysoké úrovni, řešení DP přináší nové pohledy na téma influencer marketingu a chování spotřebitele. DP je možné řadit mezi práce vzorové a svědčí nejen o zájmu autorky o tuto problematiku, ale i o jejich výborných schopnostech.</i>	

\* Výsledná známka není aritmetickým průměrem jednotlivých kritérií hodnocení práce.

#### **Otázky k obhajobě:**

*K diplomové práci nepokládám otázky.*

Práce **splňuje** kritéria pro obhajobu DP. Práci **doporučuji** k obhajobě.

Datum 19.05.2022

Podpis oponenta DP