

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	David Štícha		
Název práce	Sponzoring streamerů jako nástroj budování značky		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2021-2022
Autor posudku	Mgr. Zuzana Kupková, Ph.D.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	A
2 Nastavení cílů a metod práce	40	A
3 Úroveň teoretické části práce	50	B
4 Úroveň analytické části práce	50	A
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	A
7 Struktura a logika textu	40	C
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	B
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	C
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,36</b>	<b>B</b>

### Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Provedený výzkum – přímý zásah cílové skupiny – relevantní respondenti
- Přijaté závěry a jejich užitečnost pro praxi

### Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- V teoretické části jsem postrádala u jednotlivých komunikačních nástrojů způsoby vyhodnocování jejich účinnosti
- U výzkumu bych uvítala přehlednější zpracování výsledků, které by ukázalo souvislosti mezi jednotlivými zkoumanými faktory (demografie, znalost, nákupy na základě... )
- Chybí mi zde základní vyhodnocení, kolik značka do sponzoringu investuje a jaká je návratnost této investice
- Jazyková a formální úroveň – místy hovorový jazyk, špatné používání interpunkce zejména u citací

### Otázky k obhajobě:

1. Prosím specifikujte, kdo je nejčastějším zákazníkem značky, jak se o značce dozvídá a jak často nakupuje.
2. Prosím, vysvětlete blíže, co je obsahem streamů zmiňovaných influencerů a jakým způsobem je v nich zmiňována značka a její produkty, aby to bylo pro sledující „přirozené“?
3. Pokud máte přístup k těmto informacím, uveďte prosím, jaké jsou cca investice do sponzoringu a jaká je jejich návratnost?

Ve Zlíně dne 7. 5. 2022

Podpis: