

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Označování reklamy na sociálních sítích a reakce příjemců reklamy

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Kadeřábková Hanka

Vedoucí práce: Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Autorka zvolila problematiku označování reklamy, resp. "spoluprací" u influencerů. Současně se zaměřila i na to, jak označování reklamy vnímají příjemci - z hlediska forem označení i potřeby vůbec reklamu označit. Označování reklamy má jak legislativní, tak etické konsekvence, které autorka podchytila. V rámci vlastního šetření provedla obsahové analýzy sociálních sítí a dotazníkové šetření. Autorka předkládá rozmanité výsledky z problematiky influencerů a jimi propagovaných výrobků a služeb. Daná zjištění (zejména jak se k tomu staví příjemci sdělení) jsou poměrně přínosná zejména pro influencers a pro pracovníky využívající sociální sítě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Můžete dát jednoznačné doporučení začínajícímu influencerovi, zda reklamu označovat a jak? Stručně zdůvodněte.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jak si vysvětlujete, že některým uživatelům sociálních sítí neoznačená reklama nevadí?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Co považujete v rámci svých šetření a analýz za nejzásadnější zjištění?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 16.05.2022

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz