

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Návrh marketingové komunikace s využitím influencer marketingu k posílení značky kojenecké výživy

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Fišerová Alena

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	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	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využitě, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
Nedostatečně využitě		

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

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

Další hodnocení:

Studentka si za téma práce zvolila influencer marketing jako nástroj budování povědomí značky kojenecké výživy. Cílem pak je připravit návrh marketingové komunikace pro zmíněnou oblast. Cíl je zvolen vhodně, je konkrétní a je splnitelný na vymezeném prostoru práce. Teorie odpovídá zaměření práce a konkrétně se věnuje influencer marketingu - jak ovlivňuje komunikaci značky a její parametry, jak probíhá a má být nastavena spolupráce s influencerem a jak se spolupráce s influencerem vyhodnocuje. Tyto kapitoly tvoří dobrý základ pro metodiku a praktickou část. Práce se zdroji je na kvalitní úrovni, zdroje jsou pak s ohledem na téma ve většině případů aktuální. Následuje přehled metodiky. Ke sběru dat pro praktickou část byly použity některé interní zdroje firmy, polostrukturované rozhovory s brand manažerem značky kojenecké výživy, digitální specialistkou a medical reprezentantkou společnosti Nestlé a focus group s matkami z interní databáze. Všechny přepisy je možné správně dohledat v přílohách práce. Dané nástroje a jejich obsah navazují na poznatky prezentované v teoretické části a poskytují kvalitní data pro praktickou část. Praktická část začíná vymezením dané produktové řady a dále se věnuje využití influencer marketingu v praxi. Jsou prezentovány výsledky výše zmíněných výzkumných metod. Autorka velmi dobře představuje získané poznatky a dává je kvalitně do souvislostí, poté z nich též vyvozuje zdařilé doporučení a strategii. Text obsahuje některé drobné formální nedostatky, bylo by vhodné mírně zvýšit kvalitu abstraktu v angličtině. Práce je zpracována logicky a systematicky a její jednotlivé části na sebe navazují, je také v souladu se zadáním a doporučuji ji tedy k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jaké je postavení sítě Tik Tok v rámci influencer marketingu? Doporučila byste firmě použití influencerů v rámci Tik Toku? Svou odpověď, prosím, odůvodněte.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaké jsou výhody a jaké nevýhody dlouhodobé spolupráce s influencerem? Vysvětlete a uveďte konkrétní příklady.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jak je možné ověřit kvalitu a parametry sledovatelů influencerů? Proč je to důležité?

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

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 28.09.2021

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz