

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Vliv influencer marketingu na nákupní rozhodování spotřebitelů

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Korolová Kateřina

Oponent práce: Ing. Olga Kutnohorská, 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	X
	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

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:

Struktura diplomové práce odpovídá zadání, stanovené cíle se autorce podařilo zcela naplnit. Teoretická část je úzce zaměřena na dané téma a zpracována s využitím aktuálních zdrojů, díky čemuž poskytuje kvalitní zázemí pro tvorbu analytické části práce. Zdroje jsou správně citovány. Analytická část práce ukazuje na schopnost autorky smysluplně formulovat hypotézy, k jejich ověření navrhnout výzkumné šetření a systematicky zpracovat získaná data. Ke kvalitě práce přispívá snaha o pohled z „obou stran“, kdy je význam influencer marketingu napříč generacemi doplněn o pohled samotných influencerů (i když pouze dvou). Oceňuji celkové získané množství respondentů a metodiku zpracování výsledků pomocí statistického sw SPSS, který jednoznačně přispívá k objektivitě závěrů. Závěry práce a vyslovená doporučení korespondují s výsledky šetření realizovaných v analytické části. Práce splňuje formální náležitosti, přílohy jsou vhodným doplněním textu. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Domníváte se, že rozdílná obliba různých sociálních sítí souvisí pouze s příslušností respondenta k určité generaci nebo se zároveň mění v čase?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Na str. 33 uvádíte, že „Je možné, že influencer marketing více oslovuje ženskou cílovou skupinu, nebo že ženy mají tendenci být více zapojeny do sociálních médií a online komunity.“. Může být tato skutečnost ovlivněna také rozdílnými typy produktů, o které se zajímají na sociálních sítích muži a ženy?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Existuje na základě Vašich poznatků oblast, pro kterou je využití influencer marketingu jednoznačně nevhodné napříč všemi generacemi?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Datum: 10.10.2023

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz