

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Řízení marketingové komunikace s pomocí influencer marketingu pro SAYU

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Jonášová Mirka

**Vedoucí práce:** Dr. Mgr. Jiří Boháček

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

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Práce je zaměřena na stanovení návrhů na doporučení pro zlepšení influencerské komunikace značky SAYU, výrobce menstruačních kalhotek. Práce využívá vhodnou kombinaci metod osobních rozhovorů a kvalitativních rozborů influencerských příspěvků, diskusí pod příspěvky a asociaci tonality příspěvků s image značky kalhotek SAYU. Na základě zjištění jsou odvozena praktická doporučení, jak tematizovat příspěvky ve formě influencerského briefu a jak vybírat influencerky pro tuto citlivou oblast komunikace intimního zboží. Doporučení jsou opatřena také odhadem nákladů na spolupráci s influencerkami.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Uvažuje značka SAYU z některé z influencerek udělat tvář značky, případně ambasadorku značky, jaké by to mohlo mít výhody, rizika?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jak se v současnosti koordinuje spolupráce (pracuje nad briefem) s influencerkami a jak by se měla tato činnost rozvinout v případě angažování pracovníka pro spolupráci s influencerky ve firmě?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 25.05.2022

\_\_\_\_\_  
Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz