

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Vliv marketingové komunikace na Instagramu na nákupní chování spotřebitelů v oblasti zdravé výživy

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Neradová Nikola

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

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	
	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	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	X
	Formální bez užších vazeb na text	

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

Další hodnocení:

Tématem práce je vliv marketingové komunikace na Instagramu na nákupní chování spotřebitelů v oblasti zdravé výživy. Cílem pak je na základě výsledků zvolených výzkumných metod (dotazníkové šetření, rozhovor, analýza) vytvořit doporučení pro společnost Živina, které by jí pomohly optimalizovat komunikaci na Instagramu s ohledem na zvyšování prodeje. Cíl práce je zvolen vhodně, je dostatečně aktuální, specifický a je možné ho splnit na vymezeném prostoru pro práci. Teoretická část obsahově odpovídá zvolenému tématu. Postupně jsou rozebrány témata jako marketing zdravého životního stylu, marketingová komunikace na Instagramu a nákupní chování spotřebitelů v online prostředí. Kladně hodnotím, že kapitoly jsou konkrétní a poskytují solidní základ pro další části práce. Práce se zdroji je dostatečně kvalitní. Oceňuji též aktuálnost. Použité metody jsou náležitě popsány v samostatné kapitole. Autorka provedla analýzu stávající komunikace zvolené značky na Instagramu, rozhovor (přepis lze správně dohledat v přílohách práce) a dotazníkové šetření (včetně pretestingu). Vzor dotazníku a tabelizovaná data je též možné najít v přílohách. Metody jsou vybrány správně a provedeny dostatečně kvalitně s ohledem na cíle práce. Navíc vhodně navazují na teoretickou část a celá práce je tak logicky propojena. Praktická část začíná představením firmy Živina. Následuje analýza marketingové komunikace značky na Instagramu, poté jsou prezentovány výsledky rozhovoru a dotazníkového šetření. Vyhodnocení je dostatečně kvalitní a podrobné, dochází též k hlubší analýze dat a jejich křížení. Závěry poskytují solidní základ pro finální doporučení. Ta jsou patřičně konkrétní, naplánovaná v čase a rovněž alespoň základně finančně vyčíslena. Celá bakalářská práce je zpracována systematicky, její jednotlivé části na sebe logicky navazují. Na práci je znát velký zájem autorky o dané téma. Jako vedoucí práce kladně hodnotím přístup studentky ke zpracovávání práce a pravidelné konzultace. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jaké je a bude nákupní chování generace Alfa? Představte charakteristiky této generace. Jak by se na tuto generaci měly firmy připravit?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

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

S jakými dalšími influencery by mohla Živina spolupracovat a proč? Buďte, prosím, konkrétní. Jaké aspekty a charakteristiky influencera musí značka posoudit, než se s nějakým influencerem spojí?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jaký obsah by měla Živina publikovat tak, aby dala uživatelům Instagramu důvod je skutečně sledovat? Svou odpověď, prosím, odůvodněte.

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 18.05.2024

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz