

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Michal Ježek

Oponent bakalářské práce (BP): Doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc.

Téma BP: Význam storytellingu a emocí v marketingové komunikaci a jejich vliv na chování spotřebitele

Ak. rok: 2024/2025

Poznámky k vyplňování posudku:

1. U hodnocení jednotlivých kritérií použijte následující stupnici: A – splněno výborně bez výhrad, B – splněno velmi dobře s drobnými připomínkami, C – splněno průměrně, D – splněno s nedostatky, E – splněno, ale s výraznými nedostatky, F – nesplněno.
2. Pokud je jakékoliv kritérium ohodnoceno stupněm F, práce musí být celkově hodnocena jako nevyhovující, která nesplňuje kritéria pro obhajobu BP a nelze takovou práci doporučit k obhajobě.
3. Oponent BP se musí slovně vyjádřit ke každému hodnotícímu kritériu!

Hodnotící kritéria:

Hodnocení

1. Cíle a metody práce	A
Komentář se zaměří na: srozumitelnost formulace cílů práce a použitých metod zpracování práce; zhodnocení cílů práce v souladu s tématem práce; zvolené metody a postupy použité pro naplnění cílů práce. Bakalářská práce je zpracována v rozsahu 76 stran textu a jedné přílohy, která obsahuje otázky dotazníkového šetření. Cílem bakalářské práce bylo vytvořit doporučení pro praxi, týkající se vlivu storytellingu a emocí na chování spotřebitelů. K získání dat bylo využito primárního výzkumu, kvantitativní údaje byly shromážděny formou dotazníkového šetření, byly naformulovány a ověřeny statistické hypotézy.	
2. Teoretická část práce	A
Komentář se zaměří na: obsah kritické literární rešerše; vhodnost zvolených domácích a zahraničních zdrojů; způsob citování zdrojů adekvátním způsobem. Literární rešerše vytvořila východiska pro následnou analýzu. V BP řešící vliv storytellingu a emocí na chování spotřebitelů je však zcela nadbytečné se zabývat a vysvětlovat, tak základní terminologii – co znamená marketing.	
3. Praktická část práce – analýza	A
Komentář se zaměří na: využití poznatků z teorie, jejich vhodnost aplikace; dostatečný popis postupu aplikace metod práce; souhrnné zhodnocení současného stavu; dostatečnou podloženost závěrů analýz; náročnost sběru dat a jejich zpracování. Kvantitativní výzkum je doložen zpracováním deskriptivní statistikou a výpočtem statisticky významných hypotéz.	

4. Praktická část práce – řešící / návrhová / výzkumná	A
<i>Komentář se zaměří na: návaznost řešící části práce na teorii a na výsledky analýz; podloženost návrhů odpovídajícími argumenty; splnění stanovených cílů. U BP s výzkumným zaměřením je nutno zaměřit se na diskuzi výsledků a jejich zhodnocení. Na základě výsledků analýzy je vytvořen závěr pro praxi pro využívání storytellingu.</i>	
5. Formální úroveň práce	A
<i>Komentář se zaměří na: logickou provázanost textu práce; použití správné terminologie; použití předepsané normy citování zdrojů; odpovídající jazykovou a grafickou úroveň. V BP jsou správně citovány zdroje, práce má odpovídající i grafickou úroveň.</i>	
Závěrečné hodnocení BP*	A
Cíle BP byly splněny, práce odpovídá požadavkům kladeným na tento typ práce	

* Výsledná známka není aritmetickým průměrem jednotlivých kritérií hodnocení práce

Otázky k obhajobě:

1. Vzhledem k tomu, že jako příklady jsou uváděny globální značky jako Disney, Apple nebo Coca-Cola, do jaké míry jsou závěry této práce přenositelné na malé nebo lokální firmy s omezenými rozpočty a dosahy?
2. Jak byla zajištěna reprezentativnost vzorku 100 respondentů a do jaké míry lze na základě tohoto počtu činit zobecnitelné závěry o chování spotřebitelů?“
3. Práce uvádí, že storytellingové reklamy neovlivňují přímo nákupní rozhodnutí, ale mohou mít podvědomý vliv. Na základě čeho byl tento podvědomý vliv vyhodnocen, když dotazník zřejmě pracoval s vědomými postoji respondentů?

Práce **splňuje** kritéria pro obhajobu BP. Práci **doporučuji** k obhajobě.

Datum 29.05.2025

Podpis oponenta BP