

Posudek oponenta bakalářské práce

Autor práce (jméno a příjmení)	Nikol SPRINGEROVÁ
Název práce	Role názorového vůdce v MK
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Broučková Iveta, Ing. Ph.D.
Oponent	Ing. Hana Volfová

Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0
2. Logická struktura práce 1.5
3. Naplnění cíle práce 1.0
4. Metodický postup 1.0
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.0
6. Praktický přínos práce 2.0
7. Práce s literaturou 1.5
8. Formální stránka 1.5

Závěr

Hodnocení práce známkou: **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Práce se zabývá poměrně netradičním tématem role názorového vůdce v marketingové komunikaci. Velmi vhodně je v kontextu práce zvolen názorový vůdce a provedené výzkumy přinášejí velmi zajímavé poznatky. Z formálního hlediska je práce v pořádku, občas lze najít menší stylistické chyby. Teoretický přehled je zpracován velmi pěkně, komplexně, vzhledem k tématu by jej v některých částech vhodně doplňoval názor autorky samotné. Formálně je práce nastavená dobře, pouze cíle by mohly být specifikovány jasněji. Struktura výzkumů v praktické části je logická a vede k naplnění stanovených cílů. Potenciál, který přinesly výsledky výzkumů však nebyl ve formě vlastních návrhů zcela využit. Nicméně i tak se jedná o velmi pěknou práci, jejíž praktický přínos lze spatřovat ve výsledcích jednotlivých marketingových výzkumů. Celkově je tedy možné ji doporučit k obhajobě.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Proč lidé vnímají lékaře obecně jako názorové vůdce? Mohou existovat i jiné důvody než pouze víra v jejich profesionalitu?

K jakým negativům může vést přílišná angažovanost lékaře v komunikaci určitých značek? A to jak

pro lékaře samotného, tak i pro pacienta.

Datum: 13.09.2016

Podpis oponenta bakalářské práce