

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Vliv Beauty blogů na nákupní rozhodovací proces zvolené cílové skupiny

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Eliášová Tereza

Vedoucí práce: Mgr. Iva Horálková

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	X
	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	
	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	
	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:

Pro bakalářskou práci bylo vybráno zajímavé a aktuální téma - postoj k Beauty blogům a jaký vliv mají tyto blogy na rozhodovací proces při nákupu kosmetických výrobků (u vybrané CS). V teoretické části autorka popisuje z různých úhlů pohledu blogy. Vzhledem k nedostatku literatury v českém jazyce, autorka pracuje se zdroji cizojazyčnými, což hodnotím velmi pozitivně. V praktické části je popsáno a vyhodnoceno vlastní dotazníkové šetření, jehož vzorek respondentů je dostatečný. Závěr vhodně shrnuje výsledky výzkumu. Práci hodnotím jako výbornou.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V práci je zmiňováno, že pro 75% CS je důležité, jaké značky bloger na svých stránkách propaguje. Doporučila byste kosmetickým firmám oslovit i blogery, kteří propagují jejich konkurenci? Myslíte, že by to bylo vhodné? Nemají čtenáři blogu již své značky "předvybrané"?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Dle dotazníkového šetření jsou Beauty logy vnímány jako velmi věrohodný zdroj pro získávání informací, rad a doporučení v oblasti kosmetiky. Pokud by blogy začaly být více využívány kosmetickými firmami, nebyly by po čase vnímány méně věrohodně? Tedy jako běžné reklamní sdělení?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Máte nějaké bližší informace/ zkušenosti ohledně využívání Beauty blogů některou konkrétní kosmetickou firmou?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	X
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 01.06.2014

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, O.P.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz