

**POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Fashion blogy a jejich vliv na nákupní rozhodovací proces generace Y

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Fišerová Alena

**Oponent práce:** Ing. Helena Smolová, Ph.D.

<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	
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	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	
	Vhodné doplnění textu	<b>X</b>
	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:

Teoretická část práce je pečlivě zpracovaná a přináší základní teoretické poznatky z oblasti módních blogů a fashion marketingu. Celkově je úroveň literární rešerše dobrá, výjimečně se ovšem objevují menší citační prohřešky (například chybí zdroj, je uvedeno křestní jméno autora či u objektů v přílohách chybí zdroj). Stejně tak text vykazuje drobné formální nedostatky. Použitá metodika je adekvátní ke stanovenému cíli, který považuji za splněný. Bylo osloveno dostatečné množství respondentů (cca 350). Interpretace získaných dat je celistvá a logická, stejně tak popis vybraného fashion blogu. Oceňuji, že v praktické části jsou zcela explicitně využívány postupy z části teoretické. Rovněž i závěry práce, respektive výsledná kritéria jsou dostatečně argumentačně podložena. Z hlediska jazykové správnosti text naplňuje stanovené požadavky, až na menší stylistické chyby. Určitou výtkou je, že autorka bohužel získané výsledky neoprávněně zobecňuje na všechny čtenáře, blogery či cílovou skupinu, což vzhledem ke způsobu provedení výzkumu není možné.

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

Jaké podmínky by musely být splněny (tedy jak by musel být proveden výzkum), aby bylo možné Vámi získané výsledky zobecňovat?

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

Které módní značky v ČR je podle Vás možné pokládat za ty nejlepší z hlediska spolupráce s fashion blogery?

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

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	X
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 25.09.2016

Podpis oponenta práce

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

info@vsem.cz, www.vsem.cz