

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Udržitelný marketing módy

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Bakešová Michaela

Vedoucí práce: Doc. Ing. Zdeněk Linhart, CSc.

Práce splňuje zadání	Ano	
	Ne	X
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	X
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	X
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	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	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

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

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

Další hodnocení:

Obsah práce se odchyluje od zadání v teoretické části, protože autorka považovala za důležité uvést jak protimluv módnosti a udržitelnosti v marketingu vnímají a obsluhují firmy. V nadpisech třetího řádu potom kvantifikovala přínos svých nálezů. Pokud je práce aktuální, tak kvůli atributu udržitelnosti, protože módnost je atribut s trvalou platností. Udržitelnost je teoreticky i metodologicky obtížně uchopitelná, protože ji jinak vnímají spotřebitelé a jinak průmysl. Zmíněná odchylka od zadání práce vyvažuje již v teoretické části práce postoj průmyslu marketingem, který zastupuje spotřebitele. Vysvětlení metodického uchopení otázek a respondentů pro zmíněné protiklady teoretické (móda - udržitelnost) a praktické (spotřebitel - průmysl) si proto vyžádalo 6 stránek metodiky. Oceňuji vazbu popisné a pokročilé statistiky při interpretaci variability odpovědí.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Proč se inovační chasm přesunul z osnovy do příloh? Jak jej použít k zobecnění a použití sledovaných extrémů v marketingu udržitelné módy?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Vysvětlete jak různé segmenty respondent vnímají rozdíl mezi udržitelností a ne/jakostí?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 12.05.2023

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz