

Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Autor práce	Žaneta Filipková		
Název práce	Percepce významu fashion eventu jako nástroje komunikačního mixu z pohledu mladé generace a designérů		
Obor/forma studia	MK KS	Rok	2024–2025
Autor posudku	PaedDr. Marcela Göttlichová		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	a
2 Nastavení cílů a metod práce	40	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	a
5 Úroveň projektové části práce	50	x
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	a
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	b
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,06	A

Komentáře, připomínky, výhrady a náměty k práci (silné a slabé stránky):

Autorka si zvolila téma aktuální a přínosné, současně podtrhující ojedinělost specifičnosti podstaty Fakulty multimediálních komunikací. Podařilo se jí vhodně nastavit cíle a metody práce v kontinuitě s odpovídajícím naplněním tématu a dosažením nastaveného cíle. Rovněž v teoretické části práce autorka jednoznačně naplnila stanovené požadavky korespondující s vymezením tématu ve spojení s náležitým rozsahem příslušných odborných zdrojů (českých i zahraničních). V rámci AČ práce lze ocenit aplikaci dvou forem výzkumu, jednak z pohledu zevrubnějšího náhledu na danou tematiku v percepce odborníků z praxe v rámci kvalitativního výzkumu na základě analýzy získaných odpovědí formou vedených polostrukturovaných rozhovorů, následně také v komparaci dat kvantitativního výzkumu orientovaného na oslovení dvou kohort, tzn. zástupců Gen Z a Gen Y. Určité (v podstatě zbytečné) nedostatky lze nalézt v jazykové úrovni práce.

Otázky k obhajobě:

- „Často se uvádí, že český módní sektor je vnímán jako pragocentrický, přestože v ČR existují regiony s dlouholetou tradicí v oděvním a textilním odvětví a současnou snahou o lokální propagaci a zviditelnění módního sektoru. Velké množství tvůrců, značek, podpůrných a sektorových asociačních organizací, médií, obchodníků a kreativních profesí působí v Praze. Avšak výroba je lokalizována převážně mimo hlavní město. Z toho vyplývá určitá diskonekce v rámci sektoru mezi Prahou a regiony Mandic a kol. 2018).“ Ztotožnila byste se s daným tvrzením na základě realizovaného výzkumu a jak dalece se setkaly odpovědi (jmenovitě uvedených?) participantů s Vašimi předpoklady?
- Co Vás nejvíce překvapilo v odpovědích respondentů v komparaci Gen Z a Gen Y z pozitivního i negativního hlediska?

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01

- Mandic, Fetisova, Jelínek (2018) ve své publikaci *Potenciál módního sektoru ČR; Módní design – stav a potřeby* uvádějí: „On-line prostředí usnadňuje podnikání. Sociální sítě, weby a blogy přinášejí způsob, jak se jednodušeji a rychleji dostat k zákazníkovi, navázat s ním přímý dialog a získat od něj zpětnou vazbu. On-line data umožňují poznat a porozumět zákaznickovu chování, preferencím, důvodům k nákupu a jiným výhodám. E-commerce rozšiřuje distribuční mix a další možnosti přímého prodeje.“ Myslíte si, že daný stav se za uplynulou dobu v kontinuitě s neustálým vývojem už „podepsal“ na nezbytnosti a důležitosti klasických fashion eventů – či ještě významně podepíše?

Kontrola plagiátorství byla negativní, systém našel shodu 2 %, bakalářská práce není plagiát.

Zlín 11. 5. 2025

Podpis: Göttlichová v.r.