

OPONENTSKÝ POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Student: Ludvík Uchytíl

Oponent: Ing. Irena Drofová

Studijní program: Softwarové inženýrství

Studijní obor / specializace: -

Akademický rok: 2023/2024

Téma bakalářské práce: Propagace firmy ve virtuální realitě

Hodnocení práce:

	A	B	C	D	E	F
Hodnocení: A – nejlepší; F – nevyhovující						
1. Aktuálnost řešeného tématu	☒	☐	☐	☐	☐	☐
2. Obtížnost zadaného úkolu	☐	☒	☐	☐	☐	☐
3. Splnění všech bodů zadání	☐	☒	☐	☐	☐	☐
4. Vhodnost zvolené metody řešení	☐	☒	☐	☐	☐	☐
5. Logické členění práce	☒	☐	☐	☐	☐	☐
6. Úroveň jazykového zpracování	☒	☐	☐	☐	☐	☐
7. Formální úroveň práce	☒	☐	☐	☐	☐	☐
8. Práce s literaturou a její citace	☐	☒	☐	☐	☐	☐
9. Úroveň zpracování teoretické části	☒	☐	☐	☐	☐	☐
10. Kvalita zpracování praktické části	☐	☒	☐	☐	☐	☐
11. Dosažené výsledky práce	☐	☒	☐	☐	☐	☐
12. Přínos práce a její využití	☐	☒	☐	☐	☐	☐

Celkové hodnocení práce:

Výsledná známka není průměrem výše uvedených hodnocení. Znamku uvede oponent dle svého uvážení dle klasifikační stupnice ECTS:

A – výborně, B – velmi dobře, C – dobře, D – uspokojivě, E – dostatečně, F – nedostatečně.

Stupeň F znamená též „nedoporučuji práci k obhajobě“.

Předloženou bakalářskou práci doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení

B - velmi dobře.

V případě hodnocení stupněm „F – nedostatečně“ uveďte do připomínek a slovního vyjádření hlavní nedostatky práce a důvody tohoto hodnocení.

Otázky k obhajobě:

K jakému účelu bude sloužit propagační virtuální prostředí? Jaké marketingové cíle má tento propagační nástroj naplnit? Bude možné tento prvek využít, byť částečně, na některých z platforem určených k propagaci?

Další připomínky, vyjádření, náměty k obhajobě práce (možno pokračovat i na další stránce):

Předložená práce popisuje historii, funkci, typy VR. Dále jejich uplatnění, hardware, software, sensory a další specifikace. Praktická část pak popisuje tvorbu jednotlivých prvků, objektů a prostředí. Práce zaměřená na firemní propagaci je velmi dobře a logicky strukturovaná. Psaný text je čtivý a obsahuje minimum překlepů. Přestože název bakalářské práce avizuje propagaci firmy ve

virtuálním prostředí, z pohledu tohoto tématu obsahuje minimum informací. Jsou zmíněny prvky vzducholodě a vlajky (nesoucí pravděpodobně logo společnosti), jako propagační prvky spolu s videi. V práci však není zmíněn účel propagace a jeho cíle. V celkovém kontextu není nastíněna ani marketingová strategie společnosti, do které by měl být prvek virtuální propagace začleněn.

Datum 28. 5. 2024

Podpis oponenta bakalářské práce