

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Bc. Aneta Zelenková
Studijní program	Arts Management
Specializace	
Forma studia	Prezenční
Akademický rok	2024/2025
Název diplomové práce	Mapování potřeb studentů designu oděvu pro budování vlastní značky
Oponent diplomové práce	doc.Mgr.art Mária Štranecková ArtD.

Hodnotící kritéria:

Relevantnost přístupu ke zvolenému tématu, rozsah práce

Cieľom práce bolo definovať problematiku absencie zručnosti a vedomosti dizajnérstva v rámci uplatnenia sa na trhu práce. Zámer práce je hodnotný, vychádza z dlhoročných skúseností autorky, nakoľko sa v prostredí módnjej scény pohybuje a istým spôsobom ju aj ovplyvňuje. Vzniku aktualizovaného dokumentu - knihy s praktickými radami o lokálnom uplatnení sa študentov primárne odevného dizajnu na trhu práce som privítala s nadšeným očakávaním a to najmä praktického výstupu. Výsledná práca v tejto fáze ho zatiaľ neobsahuje, no i tak autorka rozsahom práce splnila všetky podmienky smernice dekana o vypracovaní mag. práce. Musím priznať, že ako praktik som predpokladať aspoň náčrt odbornej knihy s názvom "Ready to Read: Medzi šicím strojom a fakturou". Výstižný názov a plánovaná náplň má byť bohato štruktúrovaná a verím v jej vznik v blízkej budúcnosti.

Pochopení problematiky, definování cílů práce a jejich naplnění

Autorka, aj keď je zvolená problematika v lokálnom prostredí viac než "problematická" ju chápe, nahliada na ňu z viacerých uhlov a čo je dôležité chce prinášať riešenia, čím sa v rámci tejto čiastočnej práce ciele splnili.

Úroveň textové a dokumentační části (míra originalnosti, inovativnosti, kvalita zpracování a prezentace)

Textová a dokumentačná časť je originálna a kvalite spracovaná, predsa ma zaujal fakt, že autorka nespomenula dôležitú publikáciu o ktorej obsah sa opiera silná generácia už etablovaných študentov designu a marketingu FMK UTB Zlín. Skripta - zároveň kniha *Kapitoly z módnego marketingu a stylingu* vznikla pred dekadou práve z iniciatívy doplniť znalosti a vedomosti z oblasti nielen módnego marketingu. Bola vydaná na UTB z grantu MK. Kniha je už pravdepodobne vypredaná, tým je možno i problematiku jej dohľadanie online, minimálne ma mrzí že študenti FMK k nej (asi?) prístup nemajú nakoľko prvotne fungovala ako povinné online skriptá (plus skriptá odbornej technológie a sustainable fashion). Tu vyvstáva zaujímavá relácia, že by bolo dobré spomenúť, že v rámci Česko-slovenskej módnjej scény medzi prvými pokrývali prepojenie nielen odevného dizajnéra, ale i marketéra a podnikateľa - a na to samozrejme nadväzovali iné predmety, zadania, odborné prednášky. Tým

bol "Zlín" špecifický od výuk na iných školách. Tento už "historický" údaj by som určite zmienila.

Název: Kapitoly z módného marketingu a stylingu Autor: Dana Lapšanská

Vydavateľ: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně Pořadí vydání: První, Rok vydání: 2015 ISBN: 978-80-7454-470-5

<https://katalog.kfbz.cz/#!/records/584497bf-6895-422a-9928-95c109f127fa>

Kvalita odborných zdrojů a práce s nimi

Aj napriek absencii niektorých odborných zdrojov spomenutých v texte vyššie, autorka textu dôkladne pracovala s relevantnými zdrojmi a online textami, využila veľké množstvo najmä zahraničných zdrojov, čím vytvorila veľmi bohatý a zároveň čítavý text. Zoširoka načítané a zdroje vhodne využíva do nového relevantného textu čím splnila predpísanú smernicu a zadanie DP.

Jazyková a formální úroveň práce

Formálna úroveň práce na vysokej úrovni, využíva kultivovaný jazyk a vhodné odborné termíny, ktoré vysvetľuje. Štruktúra práce má logickú súvislosť, aj keď by som sa v úvode až tak nevenovala všeobecnému prehľadu módy ako termínu a tiež hlbšiemu historickému exkurzu, ale zamerala by som sa na súčasnosť, či prehľad módy po roku 1989, kedy sa formovali podmienky slobodného podnikania v oblasti módy v lokálnom prostredí čo by mohlo študentov určite viac obohatiť.

Další připomínky, vyjádření a náměty k práci

Ako bolo spomenuté, chýba náčrt možnej publikácie, ilustračný moment ako bude kniha vyzeráť, kto budú oslovení respondenti, zdroj použitých informácií atď. Tak isto mi chýba i štruktúrovaný rozhovor pedagóga z lokálneho prostredia. Tiež vyvstáva otázka, či autorka zámerne nevyužila kultové publikácie z fashion marketingu ako napr. *HINES T., BRUCE M., Fashion marketing, Butterworth-Heinemann, 2006. ISBN-10:0750668970. SORGER R, UDALE J. The Fundamentals of Fashion Design. Ava Publishing. POSNER Harriet, Marketing fashion, Laurence King, 2011. ISBN-10:1856697231..* a pod. ale to sú skor len odporúčania do budúcnosti.

Otázky k obhajobě diplomové práce

Z textu vyplýva, že už sami študenti vnímajú dôležitosť praktickej spolupráce, taktiež využívanie AI, alebo internetových zdrojov, ktoré sú pre generáciu Z a Alfa kľúčové, preto ma prekvapila informácia o preferovaní knižnej podoby publikácie. Z vlastnej skúsenosti, potvrdenej aj touto prácou, že sa o knihe - skriptách (pravdepodobne nebola online prezentovaná sa nik po pár rokoch nedozvedel ani na pôde školy kde bola vydaná) Neprehodnotíte ako autor predsa len inú formu jej publikovania?

Ako inak by sa dalo pomôcť rôznorodej činnosti študentov odevných ateliérov, a aké má autorka vízie do budúcnosti, čo je jej ideálnym stavom módného priemyslu v Čechách?

Oslovila autorka i niekoho z reprezentantov (študentstva), ktorí sa rozhodli študovať na školách v zahraničí? nakoľko by bolo vhodné komparatívne porovnať ich skúsenosť s lokálnym študentstvom (UAL: London, CSM Londýn , Kolding ...a iné...)

Záverom si dovoľím uviesť špekulatívne úvahy, nakoľko v obore pracujem už viac ako 20 rokov, či je odpoveďou pre získanie vhodných informácií a schopností dizajnéra pre prax manuál - či teoretická príručka. Či problém nie je skôr komplexnejší - a to chýbajúci systém, podpora kreatívneho priemyslu v ČR a tým reálne možnosti uplatnenia na trhu. "Teoretické a overené" (už len napr. v otázkach zmeny legislatívy alebo trendov v ročnom cykle) niekedy v reálnej praxi nefunguje a k úspechu značky prispieva veľmi veľa iných faktorov. Pre autorku následne pri písaní príručky bude naozaj zaujímavé ju písať a zachytiť to najrelevantnejšie, nakoľko ako v umení i v móde ide o doslova permanentnú zmenu a inováciu.

Snahu a predkladanú prácu napriek drobným výhradám hodnotím výborne a Anete Zelenkovej v ďalšom pokračovaní na jej ceste prajem zo srdca všetko dobré a verím že o jej práci budeme ešte počuť.

Závěrečné hodnocení diplomové práce* A - Výborně

V(e) Praha..... dne 6.6.2025.....

.....
podpis oponenta diplomové práce

* Pro hodnocení použijte tuto stupnici:

A - výborně	B - velmi dobře	C - dobře	D - uspokojivě	E - dostatečně	F - nedostatečně
-------------	-----------------	-----------	----------------	----------------	------------------