

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

## Hodnocení vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Tereza Hájková		
Vedoucí práce	MgA. Václav Skácel		
Obor/ateliér	Multimedia a design/Vizuální komunikace		
Forma studia	Prezenční	Akad. rok	2008/2009
Název práce	Corporate Identity a prezentace pro semináře společnosti ZFP akademie		

**Tabulka A - hodnotí náročnost tématu, nikoli zpracování**

Hodnocení náročnosti tématu:	Úroveň		
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná
Teoretické znalosti		X	
Praktické zkušenosti	X		
Sběr a zpracování podkladů a vstupních dat		X	
Specifické nároky tématu (originalita, rozsah, statistické zpracování dat, interpretace závěrů apod.)		X	

**Tabulka B - hodnotí úroveň zpracování tématu**

Kritéria hodnocení práce:	Úroveň			
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná	nelze hodnotit
Splnění cíle práce		X		
Samostatnost při zpracování	X			
Metodologická kvalita postupu		X		
Úroveň teoretické části			X	
Práce s literaturou (citace)			X	
Úroveň analytické části		X		
Adekvátnost použitých metod		X		
Úroveň návrhu řešení (realizace)		X		
Jazyková úroveň práce		X		
Formální úroveň (text, grafy, tabulky)		X		
Přehled literatury (rozsah, kvalita)			X	
Jiné kritérium (novost, přínos praxi)				X

Hodnocení v jednotlivých kritériích označte znakem X v příslušné úrovni.

Tereza Hájková přistoupila ke zpracování bakalářské práce zpočátku zodpovědně a celé téma konzultovala v řádných termínech. Redesignu loga společnosti věnovala velkou péči a to se také projevilo na přesvědčivém výsledku.

U teoretické části již nekonzultovala samotný průběh a do práce tak nebylo možno konzultačně zasáhnout. Totéž platí i pro tvorbu PPT prezentace společnosti v praktické části bakalářské práce.

Autorce byla navržena možnost průzkumu a analýzy konkurenčních značek zákazníka. Toto se však v práci nijak neobjevilo. Ačkoliv Tereza Hájková věnovala vlastní práci velkou pozornost, celkově výsledek působí poněkud povšechně a povrchně. Na výsledku by se jistě pozitivně odrazili další odborné konzultace, které již autorka nevyužila.

### **Připomínky a otázky k obhajobě:**

1) Provedla si studentka analýzu přímé konkurence ZFP akademie? (Tyto poznatky teoretická část neobsahuje)

2) V jakém software byla vytvořena elektronická prezentace pro účely zákazníka? Byl nový layout testován na posluchačích nebo alespoň zkušebním vzorku?

### **Návrh na klasifikaci bakalářské práce:**

Celou bakalářskou práci navrhuji hodnotit C — dobře.

Ve Zlíně dne 20. 5. 2009

MgA. Václav Skácel

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

## Hodnocení vedoucího bakalářské - praktická část

Jméno a příjmení studenta	Tereza Hájková
Vedoucí práce	MgA. Václav Skácel
Obor/ateliér	Multimedia a design/ Vizuelní komunikace
Forma studia	Prezenční Akad. rok 2008/2009
Název práce	Corporate Identity a prezentace pro semináře společnosti ZFP akademie

Tereza Hájková si za cíl své bakalářské práce stanovila redesign stávající Corporate Identity a vytvoření elektronické prezentace společnosti ZFP akademie. V teoretické části, která má podpořit praktickou část si proto studentka logicky zvolila tematiku Corporate Identity a elektronických firemních prezentací.

Domnívám se, že téma teoretické části bakalářské práce mělo být ještě více specifikováno, ještě více zacíleno vzhledem k vytýčeným cílům praktické části. Konkrétně např.: Corporate Identity finančních a vzdělávacích institucí. Téma samotné je v tuto chvíli natolik široké, že takto krátký rozsah může ve výsledku působit povrchně. V teoretické části se studentka vzhledem k počtu stran uchýlila k velmi stručným a zjednodušujícím formulacím. Velmi zřetelně mi v práci chybí konkrétní příklady z praxe, které by daly práci odbornější ráz a zcela jistě by se tak zvýšila i čtenářská atraktivita.

Práce se zdroji je na víceméně průměrné úrovni, v první části týkající se Corporate Identity však spíše podprůměrné. Veškeré citace o ČI jsou kompilovány z knihy Václava Svobody *Public relations moderně a účinně* (ISBN 80-247-0564-8). Už z názvu knihy je patrné, že pohled autora na ČI je profilován z hlediska PR. Tento fakt by zásadně nevedl, pokud by studentka doplnila (a srovnala) informace i z jiných publikací a dalších zdrojů. Citace z této knihy jsou téměř stoprocentní náplní teoretické části bakalářské práce o ČI, vlastní formulace studentky teoretická část postrádá. Lépe už vypadá práce se zdroji v části číslo 2 věnované obecně elektronickým prezentacím. Opět se zde však téma rozjíždí poněkud do větší šíře, než by bylo nutné. Osciluje mezi prezentací promítanou a internetovou na příliš malém prostoru šesti stran. Samotné téma firemních prezentací na internetu by zasloužilo mnohem více prostoru. V části číslo 3 jsou velmi letmo zmíněny druhy software na tvorbu elektronických prezentací.

Praktická část nejprve analyzuje v současné době používaný logotyp společnosti ZFP akademie a stávající elektronickou prezentaci. Na základě SWOT analýzy studentka dospěla k závěrům a formulaci zadání na redesign značky a ČI společnosti. Po této fázi postrádám analýzu značek konkurence, která by jednoznačně ukázala možnosti vymezení a profilace ZFP akademie.

Redesign stávajícího loga společnosti je výborně a chytře proveden, výsledek působí graficky čistě a přesvědčivě. Logo je dobře zapamatovatelné a čitelné. Nástin řešení Čije pojat poměrně konzervativně, nicméně u společnosti zabývající se finančním poradenstvím, školením a lektorskou činností je tato grafická umírněnost na místě. Poněkud nadbytečně působí dvojí verze používání logotypu u merkantilních tiskovin - jednou s rámečkem kolem loga a jednou bez rámečku. Lépe by působilo rázné rozhodnutí designéra, kterou variantu vlastně má společnost používat.

Důležitou součástí Corporate Designu společnosti ZFP akademie jak správně Tereza Hájková analyzuje, je elektronická prezentace pro přednášející. Jedná se o velmi účinnou oporu a efektivní nástroj pro prezentující. Studentka se rozhodla opět pro decentní, řekl bych až nenápadné řešení layoutu. Rozpůlením stránky na část fotografickou a textovou si však odebírá nemalý prostor na textové sdělení. Velikost písma je nedostatečná a postrádá údernost. Rozhodně by neškodilo více variant rozložení snímku. Protože se studentka rozhodla pro PPT prezentaci, je nezbytné vytvořit zákazníkovi více druhů rozložení snímku přímo v programu PowerPoint. Není zde dořešeno uspořádání stránky při vkládání grafů, tabulek či více úrovní textu. Poněkud zmatečně působí „kreativní“ popisky přímo ve fotografiích v prezentaci, které spíše odvádějí pozornost diváka.

Z celé práce vychází jednoznačně nejlépe redesign stávajícího loga společnosti, teoretická část práce je příliš povšechná a navíc vykazuje nedostatečnou práci se zdroji. Řešení Čije velmi dobré s drobnými výtkami. Návrh řešení elektronické prezentace považuji za ne příliš šťastný a poněkud nepoučený praxí. Domnívám se, že takto vytvořená prezentace by pro opravdové používání v praxi vyžadovala další dopracování.

**Návrh na klasifikaci BP:** C - Dobře

Ve Zlíně dne 20. 5. 2009

MgA. Václav Skácel

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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