

Hodnocení oponenta bakalářské práce – teoretická část

Jméno a příjmení studenta	Martin Kyselica		
Studijní program	Výtvarná umění		
Obor/ateliér	Multimédia a design / Digitální design		
Forma studia	prezenční	Akad. rok	2016 / 2017
Název práce	Vizuální styl a propagace produktu / služby / akce		
Oponent práce	Mgr. Ivan Horváth		

Autor, Martin Kyselica sa vo svojej bakalárskej práci rozhodol spracovať tému, ku ktorej ma podľa všetkých dostupných informácií blízko a podľa najväčšej pravdepodobnosti sa jej hodí venovať aj do budúcnosti. Nasvedčuje o tom už samotný názov jeho kreatívneho štúdia “*Mat Mark*”, súvisiaci s jeho osobným životom. Vytvoriť značku, od prvotného formovania abstraktnej idey, jej primárne naberanie kontúr v samotnom logu, až po jej reálne sfinalizovanie, je cesta neľahká a vyžaduje si vskutku výborný teoretický rozhľad v problematike. Obzvlášť pokiaľ idea nemá skončiť len ako “virtuálna” myšlienka na papieroch bakalárskej práce. Podľa detailného rozboru a teoretickej obsiahlosti jednotlivých fáz vývoja značky a úrovně ich rozpracovania môžem konštatovať, že autor to zamýšľa so svojim “brandom” naozaj vážne. Takýto prístup je mi však rovnako známy aj z pracovnej skúsenosti, ktorú s Martinom Kyselicom mám. Jeho rešpektovanie pravidiel a noriem jednotlivých značiek, ako grafických tak ideových, svedčí o jeho zanietenosti pre celú oblasť vizuálnej identity.

Rovnomenná prvá kapitola práce uvádza čitateľa do základného chápania a utredenia si termínov. Jazyk, ktorým autor text podáva je jednoduchý, no nie banálny, a ide efektívne po jasne načrtnutej osnove, ktorú musí mať “v malíčku” každý, kto sa chce problematike venovať. Rozoberanie pojmov a kategórií ako firemná kultúra, firemná komunikácia či firemný dizajn a nakoniec aj samotný produkt Martin dobre vníma z obidvoch uhľov

pohľadu. Nielen smerom ku zákazníkovi, či už jednotlivcovi alebo komplexnejšej cieľovej skupiny, ale aj smerom interným k vlastným zamestnancom - ľuďom čo bytostne tvoria organizmus firmy. Napriek, pomerne hutnému citovaniu a učebnicovej rétorike je z textu veľmi dobre cítiť aj aspekt vlastnej skúsenosti. Autor sám vykonával stáž v súčasnosti najväčšej reklamnej slovenskej agentúre - Wiktor Leo Burnett - kde mohol dobre odchytiť praktickú rovinu učebných textov. Myslím, že okrem poctivo odvedenej práce s teoretickým aspektom sa mu do svojej bakalárskej práce podarilo preniesť aj svoj vlastný pohľad. Rovnako ako skúsenosti s tvorbou firemnej identity brandov, na ktorých sa počas stáže aktívne podieľal, takisto aj samotnú existenciu vo firemnej identite, ako jeden z jej zamestnancov.

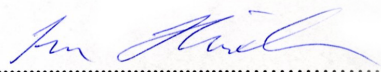
Aby som však autora iba nevyzdvihoval...Práve možnosť vnieť každej firme, či produktu autorský prvok - o to viac ak sa jedná o vizuálnu identitu na vlastnom produkte- nesie so sebou aj nutnosť "vlastného názoru". Martin Kyselica rozhodne vlastným profesionálnym pohľadom disponuje, o to viac by som možno v kapitolách venujúcich sa samotnému dizajnu značiek hľadal aj konkrétne príklady či inšpirácie autora. Čiastkový rozbor jeho favorizovaných či naopak zaznávaných brandov a úrovně ich grafického spracovania. Aj takéto autorské vlohy dokážu dostatočne predznačiť budúcu tvár vlastnej produktovej vizuality a bolo iba zaujímavé môcť si tieto aspekty porovnať.

Obsiahnutie "online" problematiky v kapitolách venujúcich sa web dizajnu a samotnému grafickému spracovaniu webov zodpovedá Martinovmu zameraniu. Je to súčasť autor, pre ktorého papier predstavuje zasvietený monitor a čistý screen. Prostredie webu má obsiahnuté na vysokej úrovni. Od prehľadu aktuálnych trendov webových dizajnov, cez funkčnosť a užívateľskú comfóritu až po samotnú propagáciu a možnosti ako svoj zámer v online prostredí dosiahnuť. Práve preto som zvedavý na samotnú praktickú časť, ktorá dúfam moje očakávania iba potvrdí.

Samotná teoretická časť by svojim sympatickým spracovaním a formou kludne mohla slúžiť ako základ na ďalšie rozpracovanie prehľadu do problematiky vizuálnej identity pre rodiacich sa nadšencov.

Návrh klasifikace VÝBORNĚ

V(e) BRATISLAVE dne 08.06.2017



podpis oponent práce

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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

* nehodící se škrtněte