

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Hodnocení oponenta 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		V	
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			V	
Práce s literaturou (citace)			V	
Úroveň analytické části			V	
Adekvátnost použitých metod				X
Úroveň návrhu řešení (realizace)				V
Jazyková úroveň práce		Y		
Formální úroveň (text, grafy, tabulky)		V		
Přehled literatury (rozsah, kvalita)			Y	
Jiné kritérium (novost, přínos praxi)		V		

Hodnocení v jednotlivých kritériích označte znakem X v příslušné úrovni.

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Hodnocení oponenta bakalářské práce — praktická část

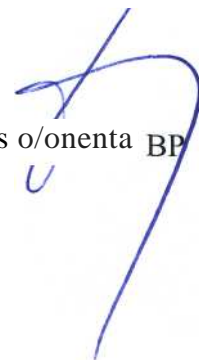
Jméno a příjmení studenta	Tereza Hájková
Vedoucí práce	MgA. Václav Skácel
Obor/ateliér	Multimedia a design/ Vizuální komunikace
Forma studia	Prezenční Akad. rok 2008/2009
Název práce	Corporate Identity a prezentace pro semináře společnosti ZFP akademie

Návrh na klasifikaci BP

C-Dobře

Ve Zlíně dne 19.5.2009

podpis o/onenta BP



Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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

Posudek na bakalářskou práci

Autor: Tereza Hájková
Titul: Corporate identity a prezentace pro seminář společnosti ZFP akademie
Vedoucí práce: MgA. Václav Skácel
Oponent práce: Mgr. Martin Kalvoda, lektor

1. Zhodnocení formální, stylistické a jazykové úpravy práce

Předložená bakalářská práce obsahuje 41 stran textu a 16 stránek obrazových příloh. Skládá se z teoretické části (str. 8-29) a z praktické části (od str. 24). V teoretické části se autorka poměrně přehledně soustředí na zjednodušené popsání a vymezení základních pojmů a související problematiky včetně odkazů na použitou literaturu. V praktické části autorka v kap. 4, 4.1 a 4.1.1 popisuje profilaci společnosti, filozofii a „příběh“ značky, což jsou základní východiska nutná k formulování autorčiny doporučení v dalších kapitolách.

Připomínky:

Autorka pro studování a následné citování pojmů, východisek a související problematiky využila především monografii SVOBODA, Václav. Public relations moderně a účinně., která se primárně nezabývá tématy značka, brand building, marketingová komunikace, ČI a dalšími, na kterých je bakalářská práce postavena, což snižuje odbornou hodnotu teoretické části práce.

2. Obecná charakteristika zvoleného tématu

Téma, které si autorka zvolila, je pro společnost ZFP jistě aktuální a může se stát odrazovým můstkem ke změnám, které autorka navrhuje v dalších kapitolách. Stav ČI a související komunikace dovnitř a vně firmy je aktuální a každodenní téma, jak co nejkvalitněji působit na své okolí. A protože se současně jedná o dynamický proces, je potřeba umět včas a dle potřeby reagovat, sledovat potřeby společnosti ale i trendy, přicházet se změnami ve správný čas a tyto komunikovat jako přednost a přidanou hodnotu značky a celé společnosti vůbec. V tomto může být práce inspirativní pro společnost ZFP.

3. Charakteristika přístupu

V kap. 4.2, 4.2.1 a 4.2.2 jsou nejpodstatnější východiska pro formulování praktických doporučení. Jedná se o analytickou část současného stavu marketingové komunikace.

Připomínky:

- a. K závěrům SWOT analýzy zcela chybí dokumentování silných a naopak slabých stránek a dále příležitostí a hrozeb např. ve formě připojené nahrávky z přednášky lektora ZFP akademie, otisknutím scanů či fotografií používaných prezentací, prezentem apod., tímto by byla SWOT analýza současného stavu více adresná.
- b. Nejpodstatnějším nedostatkem analytické části je absence monitoringu daného segmentu a vymezení přímých konkurentů a společností s podobným předmětem činnosti včetně analýzy jejich ČI (především logo, používané fonty, barevný výraz komunikace a obvyklé základní layouty, kterými se obrací k zákazníkům). Jedinou

a přitom velice podstatnou zmínku o existenci konkurence autorka uvádí v kap. Závěr, str 35: „Společnost ZFP žije ve velmi konkurenčním prostředí...“ Dle mého názoru se díky absenci znalosti konkurence může autorka třeba i omylem dopustit ve svých návrzích nového loga a následně celého grafického výrazu ČI např. nevědomého parazitování na prvcích ČI konkurentů v daném segmentu. S tím souvisí doporučení doplnit bakalářskou práci o kap. Ochranná známka a v souvislosti s tím nechat provést rešerši existujících ochranných známek (v 1. kole on-line na adrese: <http://Vww.upv.cz/cs/sluzby-uradu/databaze-on-line/databaze-ochrannych-znamek/narodni-databaze.html> a následně výpisem) a současně doporučit klientovi ZFP, aby svým jménem požádal o zapsání nové ochranné známky u Úřadu průmyslového vlastnictví podobně, jako to vyřešil u značky současné, viz:

Soubor Úpravy gobraat Historie Založiv FJ,W; w;

& Nejnavštěvovanější 9" Jakažotí "...j PreNed zpráv . J HeimaS : 1 Vlastníofcazy i j WtdnowsMedia *; Windows

Ochranné známky Úřad průmyslového vlastnictví

Databáze obsahuje národní ochranné známky (ÚPV), mezinárodní ochranné známky (WIPO) s designací ČR a EU a komunitami ochranné známky (OHIM)

Data ÚPV jsou aktuální ke dn: 1852009
Data WIPO jsou aktuální ke dn: 1552009
Data WIPO v řízení jsou aktuální ke dn 1852009
Data WIPO 6ter jsou aktuální ke dn: 23 4 2009
Data OHM jsou aktuální ke dni 1752009

Zadaným podmínkám vyhovuje 2 záznamů.

	Číslo spisu/zápisu	Reprodukce/Znění OZ	Druh	Stav
ÚPV-ČR	190144/259313	ZFP AKADEMIE	Kombinovaná	Platný dokument
UPV-CR	467090/	RODINA & FINANCE ČASOPIS NEJEN O FINANČÍCH PRO KAŽDÉHO ZFP AKADEMIE	Kombinovaná	Podaná

výsledek dotazu připraven na zobrazení za 0 04s

[Nový dotaz](#) Vyvinul

DELTAX Systems a s

Hotovo

[Start](#)

--V., / Uvüörsi stránka -ZFP Ak., |[*Tseznam vybraných o. .. B*Oponertura.doc -Micros

Teprve po těchto výše popsanych krocích je možné formulovat principy nového ČI a loga tak, jak tuto problematiku řeší autorka v kap. 4.3 až 4.7 a dokumentuje přílohami na závěr bakalářské práce. V příslušných kapitolách je velmi přehledně a srozumitelně popsáno řešení, které je návrhem na změnu ČI společnosti ZFP akademie. Takto je uchopitelné a v praxi realizovatelné včetně doporučení formulovat pravidla do formátu Grafického manuálu, který má být souborem závazných předpisů, pravidel a doporučení, jak postupovat při aplikaci prvků jednotného vizuálního stylu. V praktické části a návrzích (viz. přílohy) postrádám a autorce práce doporučuji:

- i. formulovat pravidla chování značky na různých podkladových plochách včetně negativního a černobílého provedení. Absence tohoto pohledu grafika na logo vůči barvám pozadí se již nejednou vlastníkově značky vymstilo.
- ii. Formulovat pravidla pro emailovou komunikaci včetně formátu podpisu.
- iii. Zamyslet se nad vytvořením rychlého komunikačního nástroje dovnitř

firmy i k externímu zákazníkovi společnosti ZFP, např. v podobě elektronického newsletteru.


4. Charakteristika využití odborné literatury a dalších zdrojů informací

Autorka pro svoji práci nevyužila dostupné odborné literatury, která se cíleně zabývá problematikou značky, brand buildingu, marketingové komunikace, ČI, reklamy a další související problematikou. Namísto toho se autorka uchýlila k citování pouhých čtyř různých monografií: SVOBODA, Václav. Public relations moderně a účinně., BRADBURY, Andrew. Jak spěšně prezentovat a přesvědčit., SATRAPA, P. OpenOffice pro zelenáče. a ATKINSON, Cliff. Působivé prezentace v PowerPoint 2007., více v kap. Seznam použité literatury. Z čehož citování monografie SVOBODA, Václav. Public relations moderně a účinně., jako hlavního zdroje informací o značce, ČI atd. považuji za nedostatečné.

5. Shrnutí a celkové zhodnocení:

Přestože posudek obsahuje poměrně dost připomínek, je jejich cílem upozornit autora především na nedostatky vyplývající ze zjednodušeného přístupu v teoretické části práce a z nedocení analytického přístupu, což jsou chyby běžné u všech začínajících autorů a dílem mohou i vyplývat z neznalosti problematiky z pohledu klienta. Věřím, že si z těchto skutečností a doporučení vezme autorka ponaučení pro svoji případnou další odbornou práci.

Doporučuji bakalářskou práci Terezy Hájkové k obhajobě.
Mgr. Martin



Kalvoda

V Praze, 19.5.2009

(Obraťte, prosím, list a pokračujte v hodnocení na druhé straně formuláře.)


Připomínky a otázky k obhajobě:

(Na tomto místě oponent práci slovně zhodnotí, uvede připomínky především **k obsahu**, tedy nejen k formě - není třeba jmenovitě uvádět, že na straně té a té chybí čárky, odkazy na prameny atd. I nezasvěcený čtenář by měl po přečtení slovního vyjádření získat představu o práci jako celku. Oponent položí tři odborné otázky, které student zodpoví při obhajobě BP. Otázky, které oponent položí, budou vycházet především **z obsahu práce**. Odborná kvalita zpracování hodnocení bude podkladem pro stanovení výsledné odměny za oponování BP).

Návrh na klasifikaci bakalářské práce: C - dobře

Ve Zlíně dne..

19.5.2009


podpis oponenta BP

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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