

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Pavel Ulman

Název bakalářské práce: Postup při tvorbě video propagace pro SMP

Cíl práce: Tvorba videa a jeho specifikace | Možnosti videopropagace SMP
HW a SW video nástroje a jejich komparace

Jméno vedoucího bakalářské práce: Ing. Petr Weinlich

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu studentem:				
Splnění cíle práce	x			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	x			
Hloubka provedené analýzy		x		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	x			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	x			
Schopnost studenta zpracovat získané podklady	x			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	x			
Formulování vlastních názorů studentem	x			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		x		
Stylistická úroveň práce	x			
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	x			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací	x			
Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG	Posouzeno bez výhrad			x
	Posouzeno s výhradami			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k bakalářské práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uved'te na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě bakalářské práce:

1. Jaké výhody má realizace video spotu svépomocí pro úplného amatéra?
2. Jaké je Vaše doporučení pro výběr softwarového nástroje z placených variant a proč?

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: **výborně mínus**

Datum: 19.5.2022

.....
Podpis vedoucího bakalářské práce

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

Bakalářská práce pana studenta Pavla Ulmana se zabývá aktuální tematikou využití a pořízení videomateriálů pro propagaci firmy. Autor se zaměřil na sektor malých a středních podniků, kterým může správné využití video propagace výrazně pomoci v podnikání. Autor BP nabízí ucelený pohled na možnosti a způsoby realizace propagačních spotů a to jak svépomocí, tak i náhled do profesionálního světa natáčení reklamního materiálu.

V teoretické části autor nastínil definici a pojem středních a malých podniků a internetového marketingu včetně marketingové komunikace a jejího významu pro SMP. Student se dále věnoval problematice a specifikaci digitálního videa – tato část obsahuje jak teoretické definice digitálních médií, tak i základní představitele hardwarových a softwarových nástrojů pro pořízení a následné zpracování videa.

Experimentální část se zaměřuje na praktickou realizaci a vznik reklamního spotu. Student úspěšně popsal životní cyklus vzniku spotu a naznačil rozdílné ekonomické modely od čistě amatérské produkce, až po zadání práce profesionálním reklamním studiím a kameramanům.

Mezi mé výtky patří občas trochu dlouhé a krkolomné věty s použitím archaismů, které čtenáři trochu znesnadňují orientaci v samotném obsahu práce. Student čerpal z aktuální literatury a jeho bakalářské práce může být dobrým startovním krokem pro všechny majitele SMP, kteří se rozhodují před realizací reklamního video obsahu.

Bakalářskou práci s názvem „Postup při tvorbě video propagace pro SMP“ doporučuji k obhajobě.