



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: David Doškář

Název bakalářské práce: Počítačová grafika pro podporu firemního marketingu

Jméno vedoucího bakalářské práce: Mgr. Tomáš Žižka

Jméno oponenta bakalářské práce: Ing. Tomáš Holec

Oponent: - **název firmy:** INISOFT s.r.o.

- **pracovní zařazení:** Projektový manažer

kontakt: 725 778 288

	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 studenta	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		

Slovní hodnocení a připomínky k bakalářské práci v rozsahu minimálně deseti řádků uveďte, prosím, na druhou stranu posudku.

Otázky k obhajobě bakalářské práce:

Jaké další marketingové nástroje lze doporučit, pokud by kampaň měla dostatečné finanční zdroje?

Jak se liší grafické zpracování kampaně na sociálních sítích od ostatních marketingových kanálů?

Jak náročné je řešení souladu barev, pokud je třeba mít jednu grafiku v RGB a k tisku (CMYK)?

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

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: Výborně

Datum: 19.5.2016

Podpis oponenta bakalářské práce



Slovní hodnocení a připomínky k bakalářské práci

Práce se zabývá velice zajímavým tématem využití grafiky ve firemním marketingu. Jedná se o téma, které řeší většina marketingových oddělení a v praxi se lze často setkat s velmi neprofesionálními výsledky. Vypracovat ucelenou studii v rozsahu bakalářské práce lze považovat za náročné. Autor však šikovně využil konkrétního projektu a teoretické předpoklady efektivně prověřil praxí.

Teoretická část je ve všech kapitolách poměrně stylisticky vydařená a obsahově dostatečně bohatá k pochopení tématu. Velmi pozitivně lze pohlédnout na autorovo úspěšné srovnávání poznatků z využitých zdrojů s konkrétními zkušenostmi z praxe. Bylo ale určitě možné použít více zahraničních zdrojů. Rozsah práce neumožnil pojednat hlouběji o marketingové strategii, což autor vyřešil výběrem metodik vhodných pro problematiku grafiky a těmto se také věnoval.

V některých částech práce (např. kap. 3), bylo možné řešit strukturu textu citlivěji. Výsledky analýzy konkurence a porovnání jednotlivých atributů by také bylo vhodné přehledně zobrazit např. v tabulce či grafu. Tyto nedostatky se však na kvalitě práce významně nepodepsaly.

Pro případné čtenáře z řad marketingových specialistů by jistě bylo přínosné rozpracovat analýzu konkrétních grafických návrhů do většího detailu a pokusit se o zobecnění závěrů pro využití v dalších projektech – zejména v oblasti návaznosti různých grafických elementů na prostředí (produkt, cílová skupina, m. kanál, ...). Takové téma může být vhodné např. pro navazující diplomovou práci.

Celkově je studie obsahově vyvážená a kvalitně zpracována. Velkým přínosem práce je prověření teoretických úvah konkrétním projektem a získání zpětné vazby od cílové skupiny kampaně. Tyto výsledky průkazně potvrdily předpoklady autora a správnost jeho rozhodnutí při tvorbě návrhů.

Bakalářská práce plní uvedené zadání. Hodnotím ji jako výbornou a doporučuji ji k obhajobě.

Tomáš Holec

