

## POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** David Doškář

**Název bakalářské práce:** Počítačová grafika pro podporu firemního marketingu

**Cíl práce:** návrh marketingové strategie a grafického vyjádření produktu e-PostOffice.

**Jméno vedoucího bakalářské práce:** Mgr. Tomáš Žižka

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
<b>I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:</b>				
Splnění cíle práce		X		
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu		X		
Hloubka provedené analýzy		X		
<b>II. Hodnocení struktury a obsahu práce:</b>				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce		X		
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů		X		
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady		X		
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		X		
Formulování vlastních názorů studenta		X		
<b>III. Hodnocení formy a stylu práce:</b>				
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	

### Otázky k obhajobě bakalářské práce:

V závěru práce je zmíněno, že je potvrzené od současných uživatelů aplikace e-PostOffice, že grafika produktu je pro uživatele příjemná. Jakými způsoby byla tato zpětná vazba zjišťována?

Jaký je stávající stav produktu e-PostOffice? Kde lze spatřit důvody neúspěchu tohoto produktu?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře**

**Datum: 23. 5. 2016**

.....  
**Podpis vedoucího bakalářské práce**



## Slovní hodnocení bakalářské práce

Cílem bakalářské práce je navrhnout marketingovou strategii produktu e-PostOffice se zaměřením na jeho grafické vyjádření včetně návrhu loga, designu webových stránek a dalších grafických prvků. Dílčím cíle práce byla také analýza konkurenčních produktů.

V první teoretické části práce autor popisuje základní pojmy, které souvisí s počítačovou grafikou, analýzou marketingových strategií firmy. Dále se zde nachází třetí kapitola s názvem „Nástroje pro tvorbu marketingové grafiky“, což je vzhledem k první části této kapitoly poněkud zavádějící název. Zde by byla vhodnější jiná struktura kapitol a podkapitol. V praktické části, která začíná čtvrtou kapitolou, se autor zaměřuje na marketingové a grafické aspekty produktu e-PostOffice. Autor zde popisuje zejména postup při tvorbě loga a dalších grafických prvků produktu. Zde oceňuji nespornou kvalitu grafických návrhů. Je škoda, že se produkt nebyl na trhu příliš úspěšný. Kvalita textu bakalářské práce (zejména stylistická úroveň) ovšem zaostává za kvalitou praktických grafických výstupů, které autor práce navrhl pro produkt e-PostOffice. Autor byl na tuto skutečnost několikrát upozorněn, ale výsledek přesto není ideální.

I přes uvedené výtky práce jako celek působí vyváženě. Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě a hodnotím klasifikačním stupněm **velmi dobře**.