

**Posudek oponenta diplomové práce – teoretická/praktická část\***  
**Posudek oponenta bakalářské práce – teoretická/praktická část\***

<b>Jméno a příjmení studenta</b>	<b>BcA. Eva Klabalová</b>		
<b>Studijní program</b>	<b>N 8206/Výtvarná umění</b>		
<b>Obor/ateliér</b>	<b>8206T102/Multimedia a design/ateliér designu obuvi/oděvu</b>		
<b>Forma studia</b>	<b>prezenční</b>	<b>Akad. rok</b>	<b>2013/14</b>
<b>Název práce</b>	<b>AROUND</b>		
<b>Oponent práce</b>	<b>PhDr. Vlasta Mayerová</b>		

Diplomová práce (DP) si klade za cíl v teoretické části analyzovat:

- vznik a koncept značky,
- zákaznické skupiny,
- přístupy k tématu z jiných zemí

a vyvodit vlastní závěry z nastudované problematiky.

V praktické části DP pak měla být navržena kolekce pro vlastní značku, která vychází z charakteru koncového zákazníka, z módních trendů a technologických možností. Předložena měla být kolekce 3 párů obuvi a 3 doplňků, včetně grafické prezentace značky.

DP je psána poměrně kultivovaným českým jazykem, nicméně hodnotu práce snižuje celá řada překlepů a gramatických chyb. Práce působí dojmem, že si studentka DP důkladně nepřečetla před tím, než ji zadala do tisku.

V rámci teoretické části DP hodnotím pozitivně zejména analýzu přístupů k tématu značky a jejího „uchopení“ z jiných zemí. Na příkladech dvou individuálních designérů a dvou společně tvořících dvojic designérů studentka velmi zajímavě popsala „cesty k úspěchu“ a „prosazení vlastní značky“. Je popsán i způsob propagace značky přes „nová média“. Zmapována je také cenová úroveň kolekcí obuvi mladých designérů, včetně vyrobených ročních objemů. Vznik a koncept značky je u každého designéra poněkud jiný, ale společné pro všechny je „zápal pro práci“, „pro dobrý a kvalitní design“ a zejména „kreativita a originalita jejich tvorby“, „smysl pro detail a výjimečnost“, bez ohledu na stávající módní trendy.

Neméně přínosné je v teoretické části DP také zmapování nových výrobních technologií, nových ekologických materiálů, ale i jejich limit použitelnosti.

To, co v teoretické části DP postrádám a co by mělo význam pro budování vlastní značky a pro její prosazení se na trhu, je analýza zákaznických skupin.

V praktické části DP splnila zadané úkoly v plném rozsahu. Výběr materiálů pro tvorbu kolekce obuvi a doplňků je velmi originální, ale navzájem se umocňující a funkční. Netradiční

návleky, které doplňují variabilně každý pár obuvi, umožňují nespočet obměn všech základních modelů obuvi. Modely kabelky a psaníčka vhodně doplňují originální kolekci obuvi. V závěru praktické části je velmi stručně popsána gnoseologie vzniku a návrhu značky Eva Klabalová, včetně loga.

DP splnila zadání a doporučuji ji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jakým způsobem byla definována cílová zákaznická skupina, tj. žena 25-35 let, sebevědomá, která jde za svým cílem?
- 2) Jak bude brán v úvahu socio-ekonomický status cílové skupiny, vzhledem k předpokládané ceně obuvi?
- 3) Jak jsou ošetřeny klínové dřevěné podpatky, aby nedocházelo ke zničení dřeva a znehodnocení celkového dojmu u navržené obuvi?

Návrh klasifikace ..... velmi dobře

Zlíně ..... 3.6.2014  
V(e) ..... dne .....

.....  
podpis oponenta práce

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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

\* nehodící se škrtněte