

Hodnocení vedoucího bakalářské práce - teoretická část

Jméno a příjmení studenta	Marie Janíková		
Vedoucí práce	ak.arch. Jiří Svoboda		
Obor/ateliér	Multimedia a design/3D design		
Forma studia	Prezenční	Akad. rok	2008/2009
Název práce	Interiérové vybavení prodejního prostoru - - shop systém		

Tabulka A - hodnotí náročnost tématu, nikoli zpracování

Hodnocení náročnosti tématu:	Úroveň		
	nadprůměrná	průměrná	podprůměrná
Teoretické znalosti	x		
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		x		
Práce s literaturou (citace)	x			
Úroveň analytické části	x			
Adekvátnost použitých metod		x		
Úroveň návrhu řešení (realizace)		x		
Jazyková úroveň práce		x		
Formální úroveň (text, grafy, tabulky)	x			
Přehled literatury (rozsah, kvalita)	x			
Jiné kritérium (novost, přínos praxi)	x			

Slečna Marie Janíková svou teoretickou práci pojala důsledně. Vzhledem k jejímu následnému praktickému úkolu, který se vztahuje na způsob a oživení prodeje, v tomto případě zvolené konkrétní firmy Baťa, se i tato práce velmi úzce váže na historii, vývoj a současnost této nadnárodní korporace. Autorka nás seznamuje s úplnými začátky firmy a prostřednictvím dobových odkazů a pramenů z archivů dokumentuje i různorodost způsobů a variant prodeje v průběhu let, a na závěr nás seznamuje s velmi aktuální současností. Některé předkládané informace z oblasti marketingové strategie jsou snad nad rámec tohoto pojednání, ale v případě studentky Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati jsou asi na místě. Je vhodné orientovat se v strategii firmy i v její novodobé historii, jejíž jméno nese naše škola v názvu.

Práce s sebou nese také informaci o grafické image firmy a jejím vývoji, což opět úzce souvisí jak se způsobem prodeje, tak se zájmem studentky o tuto část výtvarné činnosti firmy, která je neoddelitelnou součástí jejího studia.

Vysoce hodnotím zamyšlení nad cílovou skupinou, pro kterou je její připravovaná, nebo v této chvíli rozpracovávaná myšlenka určena a vůbec celou kapitolu „**2.2.1.1 Konkrétní cílová skupina kampaně**“. Avšak právě zde se ve velmi přesné analýze a jednoznačné úvaze najednou objevuje nesourodá vsuvka: „**Dnešní ženy se hodně věnují svým cílům, kariéře; jsou krásné, sebevědomé, což u českých dívek někdy paradoxně neplatí, a úspěšné.**“ Práce je obohacena o srovnání novodobých způsobů prodeje dalších světových značek a konkurenčních firem. Autorka předkládá opravdu rozmanité způsoby současného prodeje, které jsou pro ni a její práci nesporně inspirací, ale co je důležitější, správně je zařazuje do odpovídající kategorie vztahující se k cílové skupině, pro kterou jsou určeny. Tedy po přečtení této práce jsem nabyl dojmu, že se slečna Marie Janíková orientuje nejen ve způsobu ale hlavně ve smyslu tvorby, což je podle mého soudu velmi důležité pro její další práci a odborný růst a také jí toto poznání ušetří mnohá zklamání a rozpaky do budoucna, kdy mnohdy sebegeniálnější nápad a myšlenka předložená na nesprávném místě v nesprávnou dobu je nejen odsouzena k zániku, ale v našich zeměpisných šířkách mnohdy i k posměchu. Z mého hlediska je teoretická práce úplná a dostačující a odpovídá teoretické přípravě pro následný praktický výstup. Rád bych však autorce poradil, aby při další z jejích teoretických psaných prací, tuto nechala zkorigovat ještě i nezaujatému jazykovému znalci, což není žádný poklesek, naopak, přinesl by jí větší profesionální kredit. Je zřejmé, že se jako spisovatelka nenarodila, ale s prací se důstojně vyrovnala, přestože jsem v ní shledal rozmanité jazykové rozpory a gramatické nesouvislosti. Ze všech těchto hledisek hodnotím práci Marie Janíkové známkou **B-velmi dobře**.

Návrh na klasifikaci bakalářské práce: **B-velmi dobře**

Ve Zlíně dne 22. května 2009



odpis vedoucího BP Pro

klasifikaci použijte tuto

stupnici:

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

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Hodnocení vedoucího bakalářské - praktická část

Jméno a příjmení studenta	Marie Janíková		
Vedoucí práce	ak.arch. Jiří Svoboda		
Obor/ateliér	Multimedia a design/ 3D design		
Forma studia	Prezenční	Akad. rok	2008/2009
Název práce	Interiérové vybavení prodejního prostoru - - shop systém		

Původní zadání s názvem „Interiérové vybavení prodejního prostoru - shop systém“ předpokládalo vzhledem k dosažení vědomostí a znalostí odpovídající rozsahu studia, že se slečna Marie Janíková bude zabývat určitou vymezenou částí vybavení prodejny firmy Baťa, která bude reprezentativně navazovat na její současné trendy a autorka se vhodně přidrží i striktní firemní strategii a image, kterou ostatně zevrubně popsala ve své teoretické práci.

Při počátečních nezdarech v budování nových objektů do interiéru prodejny, v hledání „svého realizačního prostoru“, kdy jsem se setkal s mnoha nezdary a nedostatečnou zaujatostí ze strany autorky, se Marie Janíková zkusila zamyslet nad zadáním z širšího pohledu, avšak při jeho plném zachování a smysluplnosti. Autorka se poté „odpoutala“ od zaběhaných praktik, právě tím, že si prošla tuto analytickou část prostřednictvím skic a modýlků, které nezaujaly ani ji ani mě. Přestože v této chvíli byla situace téměř neřešitelná, považuji tuto část její tvorby a setrvání v hledání sebe sama za klíčovou.

Designérka Marie Janíková není zvyklá řešit problém Gordického uzlu jeho přetnutím, ale zde se jí ho podařilo postupně zdolat. Podařilo se jí vystoupit z vlastní ulity aplikačního výtvarníka a svým myšlením se posunula do pro ni zatím nepoznané role autora a nositele myšlenky, v některých chvílích i vedoucího týmu, protože její konečné zadání vyžadovalo mimořádný přesah dalších odborných a teoretických znalostí.

Není nutné na tomto místě rozebírat smysluplnost předkládané práce ani její technickou realizovatelnost, či nadčasovost. V tomto případě opravdu hovoří práce sama za sebe a pevně věřím, že se autorce podaří ji vysvětlit komisi a následně i uživateli natolik, aby ji pochopila, a nadchla se pro ni stejně jako její autorka.

V průvodním textu je práce dobře zdokumentovaná. Text je psán s takovou přesností, přehledem a samozřejmostí, že případná chybějící písmenka do textu před očima čtenáři sama zapadají. Autorka je přesvědčena o kvalitě své práce, o síle myšlenky, jíž se stala nositelkou, o hloubce a dokonalosti jejího rozpracování, který už jen vybízí realizační tým k jejímu uskutečnění. Ze *zadání* se stal projekt, za který by se nemusel stydět ani absolvující student vyššího stupně.

Nejvýš hodnotím přístup Marie Janíkové k podstatě zadání, které nám přeložila do nadčasové řeči. Následné rozpracování za samotnou myšlenkou nepokulhává, je důsledné, nepřekulje se do oblasti science-fiction, naopak, stojí pevně nohama na zemi, stejně tak, jako předváděné exponáty.

Praktické části bakalářské práce Marie Janíkové náleží ohodnocení **A-výborně**.

Návrh na klasifikaci BP

A-výborně

Ve Zlíně dne 22. května 2009



podpis vedoucího BP

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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