



Posudek oponenta diplomové práce – teoretická/praktická část*

Jméno a příjmení studenta	BcA. Ilona Fojtíková, DIS.		
Studijní program	Výtvarná umění		
Obor/ateliér	Design oděvu		
Forma studia	prezenční	Akad. rok	2016/2017
Název práce	Deta-il oděvní značka		
Oponent práce	PhDr. Dana Lapšanská		

Cieľom diplomovej práce Ilony Fojtíkovej, ako píše v úvode, je „celková vize vlastní značky“. K naplneniu tohto cieľa pristúpila v prvej kapitole s názvom „Módni marketing“ reflektovaním marketingu a čiastočne aj módného marketingu vychádzajúc z odbornej literatúry. V jednotlivých podkapitolách píše o marketinogovom mixe, segmentácii zákazníkov a branding. Tento pokus o exkurz do problematiky marketingu, žiaľ, neprináša nové podnety, nereflektuje novú situáciu v rámci módného marketingu, ktorá sa vďaka sociálnym sieťam a mobilným aplikáciám radikálne mení.

V druhej kapitole s názvom „Založení vlastní značky, inspirace“ autorka pripomína tvorbu návrhárov, resp. luxusných značiek, ktoré ju oslovili nielen svojou tvorbou ale aj z hľadiska marketingu. Prvou inšpiráciou je pre Ilonu Fojtíkovú španielska značka Delpozo, dnes vedená Josephom Fontom, ktorá kladie dôraz na remeselné spracovanie odevu, na európsku tradíciu couture, v tomto prípade tzv. demi couture, ktorá je z dnešného pohľadu nielen jedinečným spôsobom technológie šitia odevov ale istým spôsobom aj marketingovým podnetom smerom ku klientele, ktorá kladie dôraz na kvalitu materiálov, originálny dizajn a istú pridanú hodnotu vo forme ručnej práce. Tou druhou je pre autorku Ellie Saab a vedľa jeho úžasných šiat je to aj jeho webová stránka, ktorá ju inšpiruje.

V tretej kapitole s názvom „Hlavní prvky vlastní značky“ (podľa obsahu tretia samostatná kapitola, no v samotnej práci zaradená do druhej kapitoly) pristupuje autorka práce k zadefinovaniu charakteru vlastnej značky „Deta il“ cez skladbu kolekcie, v ktorej chce klásť dôraz na štýl, kvalitu a nadčasový detail a ďalej cez cieľovú skupinu, ktorú chce svojou tvorbou, značkou osloviť. Zdôrazňuje, že chce vytvoriť značku, ktorá nebude závislá na povrchných trendoch módného priemyslu. Domnievam sa, že v tomto dôležitom momente autorka práce zostala v polohe všeobecných úvah a konštatovaní, ale kontúry charakteru jej značky zostali nejasné, v podstate ničím sa neodlišujú od množstva iných značiek.

V ďalšej kapitole s názvom „Jednotný vizuální styl značky“ prezentuje autorka spoluprácu s grafikom na vzniku loga značky Deta-il a tiež vizuály letákov, visačiek, katalógu, vizitiek, dárkového balenia. Od tohoto momentu práca nabera na konkrétnych kontúrach a



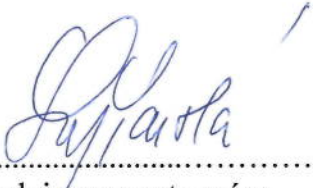
pokračuje kapitolou „Propagace značky“. V nej jasne deklaruje, že pre novú značku, teda aj jej značku Deta-il, je dnes hlavným nástrojom propagácie webová stránka, ktorú má už funkčnú a v budúcnosti chce využiť aj reklamu na sociálnych sieťach. Ďalej dokumentuje význam módnjej prehliadky v rámci propagácie módnjej značky a opäť uvádza svoje vlastné skúsenosti. V samostatnej, aj keď rozsahom skromnej kapitole „Distribuce“ naznačuje, že by chcela svoj dizajn predávať tak prostredníctvom zákazkového šitia s maximálnou starostlivosťou o každého zákazníka ale využívať by chcela aj formu predaja cez tzv. Pop-up stores, teda krátkodobé prenájmy predajných miest, ktoré poskytujú príležitosť novým značkám a zároveň sú stimulátorom pre on-line predaj. Posledná kapitola teoretickej časti diplomovej práce je len akýmsi skromným nahliadnutím do konkurenčného prostredia, kam sa chystá sama vstúpiť, ale oceňujem, že sa vôbec k tomuto kroku odhodlala, pretože tento moment mnohé módnje značky našej proveniencie v rámci marketingovej stratégie opomínajú. V každom prípade v kapitolách, kde sa Ilona Fojtíková venuje vlastnej značke je presvedčivejšia a cítiť odhodlanie hľadať riešenia takpovediac na mieru jej predstáv a v kontexte nových podmienok v rámci módnneho marketingu.

Druhá praktická časť diplomovej práce Ilony Fojtíkovej dokumentuje vznik jej pilotnej kolekcie, ktorou chce odštartovať svoju značku na trhu. Ako inšpiráciu si zvolila svet kvetín, čo ovplyvnilo nielen výber farebnosti ale aj siluety. Ako ďalší inšpiračný zdroj uvádza módnju tvorbu Christiana Diora a najmä jeho siluetu obráteného kvetu. Na rozdiel od Diora, ktorý zdôrazňoval pás a len na sukniach sa hral s tvaroslovím otvoreného kvetu, autorka kolekcie tento prvok, ktorý je tak jedinečný v rámci vytvárania ženskej siluety, posúva a presúva a jej hra s objemom materiálu nabrala veľmi správny smer. Z typickej diorovskej línie „X“ je zrazu línia „A“, ktorá najmä na blúzkach, kabátoch a kabátikoch v kombinácii s nohavicami vyzerá veľmi mladistvo a zároveň v rámci kolekcie určenej na predaj minimalizuje riziko toho, že nebude vyhovovať väčšine zákazníčiek. Ako pilotná kolekcia určená na predaj ponúka niektoré vydarené kúsky, kde je cítiť jej deklarovaný cieľ pracovať s detailom s istou pridanou hodnotou remeselnej zručnosti.

Po formálnej stránke práca Ilony Fojtíkovej – jej teoretická i praktická časť - splňa všetky požiadavky kladené na diplomovú prácu. Štruktúra práce rešpektuje tému, poskytuje dostatočný exkurz do odbornej literatúry a na dobrej úrovni je aj prepojenie teórie a praxickej časti, resp. projektovej časti práce.

Návrh klasifikace velmi dobře

Bratislava 25. 5. 2017
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