

Posudek oponenta bakalářské práce – teoretická část

Jméno a příjmení studenta	Silvie Jakubková		
Studijní program	Výtvarná umění		
Obor/ateliér	Multimédia a design/Grafický design		
Forma studia	prezenční	Akad. rok	2017/2018
Název práce	Propagace města Zlín		
Oponent práce	MgA. Jana Dosoudilová		

Teoretická práce Silvie Jakubkové je zaměřena na propagaci měst s důrazem na suvenýry. Je rozdělena do šesti kapitol a ty postupně rozebírají pojem propagace vybraných českých a zahraničních měst.

První kapitola přibližuje pojem propagace, jak ji vnímá a co je jednotný vizuální styl. Lehce se dotkne vizuálního stylu Bruselu. Asi bych toto srovnání zařadila spíše do kapitoly pět – turistické propagace v zahraničí.

Zajímavá je druhá kapitola. Vyjmenovává organizace a sdružení, které propagují nebo mapují design v České republice, jako např. Unie grafického designu, již zaniklé Design centrum ČR, Czech design a Institut průmyslového designu. Pokud ale studentka zařadila poslední zmiňovaný, pak by nebylo špatné zařadit i více bývalých institucí, mj. ÚBOK.

Třetí kapitola, ač se zabývá novými komunikačními prostředky – je téměř nejkratší. Možná by se zde také mohly objevit bohatší obrazové ukázky z uvedených měst, pokud to má být srovnávací teoretická práce. Autorka nám spíše tyto pojmy vysvětluje a ukázkou předkládá jen jednu.

Čtvrtou kapitolou – suvenýry se dostáváme k samotnému jádru práce. Tady se zmiňuje o dotazníku, kterým si udělala průzkum, ale text a otázky jsem v práci nenašla. Což je bohužel škoda, protože se na něj několikrát odkazuje. Určitě by nás zajímaly názory respondentů a samotné vyhodnocení.

Pátá kapitola hovoří o turistické propagaci v zahraničí. Studentka si vybrala jeden stát a tři světová velkoměsta. Na těchto příkladech nám přibližuje, jak se země, jako je Rusko či města New York, Londýn a Paříž, prezentují a co nabízejí turistům. Přidává k tomu i svůj komentář. Což je v tomto případě milé a osobité. Lze ji tedy odpustit některé nepřesnosti a dataci jako např. u Big Benu.

Poslední kapitolou je propagace českých měst. Tato rešerše je určitě stěžejní pro praktickou bakalářskou práci Silvie Jakubkové. Do jejího hledáčku se dostala Praha, Ostrava, Zlín, Liberec a Nymburk. V práci autorka popisuje především loga a ne propagaci, což považuji za minus: přece jen bych očekávala i zmiňované suvenýry, propagační materiály, ale ty mi u některých měst zcela chybí a u některých je jich velmi málo. U Zlína je to jen jediná věc. Pokud mám něco popisovat a rozebírat, čekala bych více ukázek a příkladů.

Největší pozornost je věnována Ostravě, je to pochopitelné, protože je evidentní, odkud autorka pochází. Glosování jejího rodného města a jeho propagace je na místě. Dovětkem ke kapitole jsou negativní příklady a jako poslední je chudák město Litomyšl, který byl zařazen, stejně jako Zlín, jako odstrašující příklad.

V závěru se konstatuje, že většina měst na suvenýry zanevřela. Což je překvapující, protože existuje stále spousta lidí, kteří si koupí suvenýr nebo nějakou památku na místo či město, které navštíví.

Proto si myslím, že tato rešerše měla pro studentku smysl a dává ji tak možnost dobře a správně zpracovat praktickou práci.

V práci jsem našla bohužel dost překlepů a drobných chyb.

I přes všechny výtky považuji práci za velmi dobrou. Jedná se spíše o zařazení některých bodů či podkapitol. Práce má odpovídající počet stran.

Práci doporučuji k obhajobě.

Návrh klasifikace B - velmi dobře

Ve Zlíne dne 23. 5. 2018

.....
podpis oponenta práce
MgA. Jana Dosoudilová

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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

* nehodící se škrtněte