FAKULTA DESIGNU A UMĚNÍ
LADISLAVA SUTNARA
ZÁPADOČESKÉ
UNIVERZITY
V PLZNI

Protokol o hodnocení
bakalářské práce – ~~diplomové práce~~ *)

Název práce: MULTIMEDIÁLNÍ PREZENTACE FIRMY

Práci předložil(a) student(ka): Multimediální design, specializace Multimédia

Studijní obor a specializace: Jakub Lampír

~~Hodnocení vedoucího práce~~ - Posudek oponenta práce *)

Práci hodnotil(a): MgA. Vojtěch Domlátil, DiS.
(u externích hodnotitelů uveďte též kontaktní adresu pracoviště)

☐ **Cíl práce**
(a jeho naplnění):

Multimediální prezentace firmy.

☐ **Technologická specifika**
(technická inovace):

Videa, návrh webu.

☐ **Přínos práce pro daný obor**

Další praktická realizace (její návrh).

Silné stránky díla

Oceňuji snahu o graficky čistší návrh a mutimediálě přívětivější prezentaci firmy. Navrhnout kvalitně prezentaci určenou komečním účelům není vůbec jednoduché a to především v případě webdesignu, který v dnešní době musí splňovat neustále se stupňující nároky responzibility. To vše je úkol spíše pro tým různorodých specialistů z profesionální agentury. Přesto odevzdané návrhy vyznívají příjemně, současně a graficky čistě, což ctí jak autora tak i firmu, která je očividně ochotna zariskovat drobnou ztrátu zákazníků ve prospěch hledání estetického výrazu. Jakási přitažlivá skromnost a neokázalost, která z navrhované prezentace i videí (včetně výběru herce) čiší, je podle mě hlavní devizou.

Slabé stránky díla

WEB: Ač chápu a souhlasím s autorovou snahou o čistší grafický design, obávám se, že navrhované řešení je v mnohém krokem zpět. V případě stránek totoho typu si nemůžeme dovolit ztratit zákazníka semeneším zmatením. Návštěvník musí mít před sebou vždy jen několik rozhodovacích bodů. Nové členění menu rozdělené středovým logem na čtyři nerozlišené nabídky je naprostý nesmysl. Nikomu se nebude chtít hledat v této neintuitivní záplavě chaosu. Oko je v tomto provedení graficky vedeno nejprve na logo a poté už dolů na (příliš) výrazné video a pak na nevhodně umístěný sloupec Aktuality, což je slovo, které nám nic podstatného o stránkách neřekne, mnohem lepší by bylo, kdyby na onom místě byl sloupec E-shop. Zcela mineme první položky menu, které prý měly být důležité. Původní menu bylo mnohem logičtější, členěné graficky podle významu a umístěné intuitivně (např. pozice vlaječek nebo „O nás"). Chybou je také vypouštění ikon (košík) a nahrazování slovy, která nikdo číst nebude -- toto také přispívá k chaosu v nabídce. Videosmyčce na webu bych vytkl pro web příliš agresivní pohyb a brutální titulek (necitlivě velký, překrývající některé zobrazované akce a zbytečně vysázený verzálkami).

VIDEA: koncept videí není zcela dotažen – v závěru se vždy nečekaně a příliš rychle zobrazí vzkaz od „někoho", který diváka vyruší a při následném přemíšlení nad tím mu v tuto naprosto nevhodnou chvíli naservírujeme nesouvisející claim „Nosím Snickers". Dramaturgie by potřebovala vyladit: o málo víc rozehrát situaci se vzkazem, aby nepřišla oproti počátečnímu tempu videa jak blesk z nebe a poté na ni navázat závěrečným claimem, například „Pro ty, kdo na to nejsou sami." Bez propojení bude působit závěr videa roztříštěně a nepovedeně. Videu s prezentací oděvů bych vytkl pouze moment neostrého předvedení rukavice a propisky.

Hodnocení a navrhovaná známka
(výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl): VELMI DOBŘE

Datum: **10. 8. 2015** **Podpis:**

---

*) Nehodící se škrtněte
Pozn.: Při nedostatku místa přiložte nový list

Tisk oboustranný