



## **Protokol o hodnocení bakalářské práce – diplomové práce \*)**

**Název práce: Vizualní identita firmy zabývající se výrobou  
cukrářských produktů**

**Práci předložil(a) student(ka): Tereza Plicová**

**Studijní obor a specializace: Ilustrace a grafika, specializace  
Vizuální komunikace**

### **Hodnocení vedoucího práce - Posudek oponenta práce \*)**

**Práci hodnotil(a): doc. MgA. Kristýna Fišerová**

#### **1. Cíl práce**

Studentka si jako své téma vybrala vizuální identitu firmy zabývající se cukrářskými produkty. Z textu teoretické části je zřejmé, že se Tereza Plicová v oblasti cukrářských pochutin orientuje a pracuje s informacemi věcně a s dostatečným nadhledem. Nabízí logo, kde se snaží pracovat s optickým účinkem barvy a volně psaných liter, klade také důraz na dekorativní složky pojetí. Její práce vykazuje snahu o komplexní řešení firmy. Cíl práce považuji s určitými připomínkami za naplněný.

#### **2. Technologická specifika**

K preciznímu provedení grafického záměru byly použity grafické programy, které studentka využila k předtiskovým a tiskovým náležitostem pro prezentaci své bakalářské práce.

#### **3. Přínos práce pro daný obor**

Práce je přínosem zejména pro autorku a zároveň velkou pomocí pro samotnou firmu.

#### 4. Silné stránky díla

Možnost realizace bakalářské práce.

#### 5. Slabé stránky díla

Studentka ve své teoretické práci píše, že k celkové harmonii loga a vizuálního stylu přispívá také barevnost. Barevnost je v pořádku, harmonii ale nevidím v logu žádnou, ať už jde o napojování jednotlivých liter nebo o jejich kresbu samotnou. Logo je vytvořeno z volně psaného písma, kterému chybí jakási řemeslná dotaženost, snaha dosáhnout estetických kvalit v každém detailu. V teoretické práci nás Tereza Plicová nechá nahlédnout, obrazně řečeno, do své kuchyně a můžeme vidět i jiné návrhy, ze kterých vybírala. Obávám se, že minimálně dva z nich jsou lepší než verze, která byla ve finále vybrána.

Další kapitolou jsou webové stránky, k které připomínají spíše blog nějaké mlsné teenagerky. Myslím, že není nutné, i když se jedná o cukrárnu, sázet na dívčí notu, bylo by lépe zpracováním webu cílit na širší okruh potenciálních zákazníků. O nedotaženosti webu však studentka ví.

Logo mě sice neoslovilo, to ale neznamená, že se do něj nezamilují zákazníci, kteří budou stát dlouhé fronty na dorty pohádkově sladké tak, jako je vizuální styl samotný a co na tom, když ve frontě budou stát samé mlsné teenagerky, důležité je, že firma bude mít díky propagaci slečny Plicové úspěch.

#### 6. Hodnocení a navrhovaná známka

Navrhuji ohodnocení: dobře

Datum: 23. 5. 2016

Podpis: 