

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Vojtěch Vejlupek  
Číslo studenta: E20095  
Název bakalářské práce: Brand identity  
Cíl práce: Cílem práce je připravit studijní podklady popisující pojem Brand identity, popsat proces tvorby a budování značky se zaměřením na vizuální identitu značky a společnosti. Výstupem budou vytvořené a graficky zpracované výukové texty včetně ukázkové případové studie.  
Vedoucí práce: Ing. Renáta Bílková, Ph.D.  
Studijní program: B0688A050001 Aplikovaná informatika  
Akademický rok: 2022/2023

### Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Identifikace záznamu:

Agenda závěrečných prací

.....

## Ostatní připomínky k práci

Obsahem této práce je zpracování tématu Brand Identity (BI) a přiblížit proces tvorby a budování značky ve formě studijních textů programu Aplikovaná informatika.

Bakalářská práce je rozdělena do čtyřech základních kapitol. V úvodní kapitole se autor zaměřil na definici pojmu Brand Identity, druhá kapitola pak popisuje jednotlivé složky budování firemní značky a třetí kapitola se zaměřuje na detailnější popis jedné ze složek BI – vizuální identity. Závěrečná kapitola pak popisuje proces tvorby studijního materiálu. Výstupem je vytvořený studijní text, který je součástí této práce.

Práci lze místy vyčíst drobné stylistické nedostatky. V rámci vypracovaného studijního textu by bylo vhodné zařadit i úvodní kapitolu obsahující teoretickou část zaměřenou na problematiku BI. Nicméně případová studie budování vizuální identity je zpracována pečlivě, autor prokázal schopnost práce na stanovených úkolech samostatně a tvůrčím způsobem.

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Bakalářská práce byla posouzena v systému Theses, výsledek posouzení – NENÍ plagiát.  
Nejvyšší míra podobnosti dle systému jsou 2 %.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. Můžete stručně shrnout jaké jsou hlavní prvky Brand Identity a jaký je jejich vztah k budování značky?
2. Ovlivňuje nějakým způsobem vizuální identita marketingovou komunikaci společnosti a případně jakým?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 23.5.2023

Podpis .....