

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Eliška Stříteská  
Číslo studenta: E20089  
Název bakalářské práce: Využití animací v online reklamě  
Cíl práce: Cílem práce je představit dostupné formáty animací a jejich možnosti využití v online reklamě, popsat výhody a nevýhody animované reklamy oproti jiným formám online reklamy. Součástí práce je na vybraném příkladu popsat proces tvorby animované reklamy.  
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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Identifikace záznamu:  
Agenda závěrečných prací

## Ostatní připomínky k práci

Práce je rozdělena do čtyřech základních kapitol. Úvodní dvě kapitoly jsou věnovány problematice marketingové komunikace, tvorbě marketingové strategie a reklamy, a to zejména se zaměřením na online prostředí. V rámci třetí kapitoly se pak autorka zaměřila na představení jednotlivých forem animací a jejich využití v marketingové komunikaci.

V poslední kapitole je na příkladu vybraného reklamního sdělení popsán celkový proces tvorby animované reklamy, od úvodní definice základních vlastností animačního videa, cílového segmentu a volby komunikačního kanálu, po samotnou tvůrčí činnost při zpracování animace.

Na vypracování předložené bakalářské práce studentka pracovala průběžně, prokázala 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 je 1 %.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. Jaký je význam volby správného komunikačního kanálu pro animovanou reklamu a jaké jsou výhody využití animací v online reklamě oproti jiným formám reklamních sdělení?
2. Existují nějaká omezení při využití animací v online reklamě a máte případná doporučení pro využívání animací v online reklamě?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 23.5.2023

Podpis .....