

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Marketingová strategie realitní kanceláře
Jméno autora:	Valentová Helena
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut ekonomických studií
Oponent práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<p>Autorka se věnuje tvorbě marketingové strategie pro vybranou společnost, což je téma s dostatečným teoretickým zázemím v existující literatuře. Metodologický přístup je správný. V tomto kontextu lze konstatovat, že náročnost zadání je (v souladu s akademickými standardy pro úroveň bakalářské práce) náročnější.</p>	

Splnění zadání	splněno s menšími výhradami
<p>Autorka si v rámci práce stanovila následující cíl: „<i>Cílem práce je analyzovat faktory, které mají vliv na chod společnosti. Ke splnění daného cíle využiji PEST analýzu k poznání vnějšího okolí firmy, Porterovu analýzu pro zjištění konkurentů v oboru a SWOT analýzu k odhalení silných i slabých stránek, příležitostí i hrozeb.</i>“</p> <p>Text poskytuje marketingovou strategii pro vybranou společnost. Všechny aspekty práce, od teoretického zázemí po praktickou část, byly komentovány a interpretovány jen na průměrné úrovni. Autorka provedla značnou širší analýz. Nicméně není zde ucelený řádný sled těchto analýz.</p>	

Zvolený postup řešení	částečně vhodný
<p>Správný postup řešení v této bakalářské práci spočíval v kombinaci teoretického rámce s empirickým výzkumem, což umožnilo komplexní analýzu současného stavu strategie a její optimalizaci. Nicméně závěrečná aplikační část práce je nedostatečná. Provedené analýzy končí jen návrhovou částí bez analýzy finančních dopadů, časového rámce implementace a analýzy rizik.</p>	

Odborná úroveň	C - dobře
<p>Práce má logickou stavbu. Autorka práci rozčlenila na teoretickou a aplikační část. V teoretické části vymezila vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části pak dané aplikovala. Z provedených analýz byly identifikovány hlavní nedostatky, na jejichž základě byla vytvořena optimalizace současné marketingové strategie. Nicméně provedené analýzy končí jen návrhovou částí.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
---	------------------------

Formální a jazyková úroveň práce byla adekvátní, a rozsah práce byl v souladu s akademickými standardy pro bakalářské práce v daném oboru. Autorce lze vytknout kapitoly o jednom odstavci a psaní v odrážkách, což narušuje celkový dojem z práce.

Výběr zdrojů, korektnost citací

B - velmi dobře

Výběr zdrojů byl vhodný. Autorka prokázala schopnost pracovat s literaturou a využít ji k odborné práci. Nicméně autorce lze doporučit využití aktuálnějších zdrojů.

Další komentáře a hodnocení

Autorka provedla jen návrhovou část, dále se nezabývá rozpočtem, nákladovou stránkou realizace a časovými faktory.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Práce je vhodná k obhajobě a lze ji hodnotit jako průměrnou v kontextu akademických standardů v oblasti marketingu.

Otázky k obhajobě:

- 1/ Jaké jsou náklady na realizaci navržené marketingové strategie?
- 2/ Jaký je časový horizont implementace?
- 3/ Jaký je časový plán pro jednotlivé fáze marketingové kampaně a jaké metody budete používat k měření jejího průběhu a úspěšnosti v daných časových úsecích?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

Datum: 27.5.2024

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.