

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Marketingová strategie realitní kanceláře
Jméno autora:	Helena Valentová
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut ekonomických studií
Vedoucí práce:	Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	MÚVS Institut ekonomických studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání bakalářské práce je orientováno na marketingovou strategii zvoleného podnikatelského subjektu, je průměrně náročné, téma práce je přínosného a aktuálního charakteru.	

Splnění zadání	splněno
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Cíle bakalářské práce studentka splnila, zabývala se marketingovými analýzami, které byly provedeny bez zajištění a zdrojů primárních dat, vycházela ze sekundárních zdrojů dat. Některé analýzy byly provedeny ad hoc. Studentka pracovala zcela samostatně, konzultace se mnou využívala minimálně.	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	C - dobře
<i>Posuďte, zda byl student během řešení aktivní, zda dodržoval dohodnuté termíny, jestli své řešení průběžně konzultoval a zda byl na konzultace dostatečně připraven. Posuďte schopnost studenta samostatně tvůrčí práce.</i>	
Studentka pracovala zcela samostatně, bakalářská práce je systematická, od výchozích principů filozofie podnikání a nástrojů marketingu přechází k praktické aplikaci marketingové strategie v realitní kanceláři, kterou se snaží zlepšit a posunout k vyšší efektivnosti.	

Odborná úroveň	C - dobře
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Bakalářská práce má „dobrou“ odbornou úroveň, vytýkám ji pouze skutečnosti, že strategické marketingové analýzy tvořila spíše intuitivně než na základě primárních relevantních dat a jejich dalších analýz. Cíle vedoucí ke zlepšení marketingové strategie naplnila, záleží konkrétně na společnosti, jakým způsobem a v jakém rozsahu budou dále využity.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Rozsah bakalářské práce je odpovídající, kapitoly jsou rozsahem i obsahově vyvážené. Bakalářská práce je přehledná bez stylistických a gramatických nedostatků.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi dobře
<i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně</i>	

odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.

Studentka se věnuje marketingové filozofii podnikání a tvorbě strategie v realitní kanceláři. V poslední době vývoj marketingu s ohledem na digitalizaci prostředí a globalizaci prošel mohutným vývojem, studentka prokázala znalosti teoretických východisek studiem pramenů české a zahraniční literatury. Citace jsou relevantní a korektní.

Další komentáře a hodnocení

Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Studentka Helena Valentová zpracovala bakalářskou práci orientovanou na tvorbu marketingové strategie zvolené realitní kanceláře s cílem zlepšit stávající strategické řízení podnikání, zejména v úrovni komunikační politiky aplikacemi nejen digitálních nástrojů. Během zpracování bakalářské práce minimálně využívala konzultace a její strategické marketingové analýzy než na základě relevantních primárních datových zdrojů, jsou vytvořeny ad hoc. Nicméně cíle bakalářské práce splnila. Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě před příslušnou státní zkušební komisí a navrhuji její klasifikaci C – dobře.

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

Datum: 12.5.2024

Podpis: Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.