

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Marketingové strategie ve stavebnictví
Jméno autora:	Václav Valenta
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Fakulta stavební (FSv)
Katedra/ústav:	Katedra ekonomiky a řízení ve stavebnictví
Vedoucí práce:	Doc. Ing. Dana Měšťanová, CSc.
Pracoviště vedoucího práce:	Katedra ekonomiky a řízení ve stavebnictví

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Splnění zadání práce	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.</i>	
<p>Předložená práce je orientována na reálnou situaci v oblasti stavebnictví, které se potýká poklesem objemu výkonů a nedostatkem veřejných zakázek v oblasti inženýrských staveb.</p> <p>Konkrétně zadání BP vychází z formulování obecné charakteristiky a forem marketingu. V zadání bylo požadováno zpracovat základní pojmy, jednotlivé cílové skupiny a jejich zaměření. Dále bylo předmětem zadání provedení analýzy marketingových činností, používaných nástrojů a v neposlední řadě uvedení inovativních přístupů.</p>	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<i>Posuďte, zda byl student během řešení aktivní, zda dodržoval dohodnuté termíny konzultací. Posuďte schopnost studenta samostatně tvůrčí práce.</i>	
<p>Z práce je zřejmé, že autor přistoupil ke zpracování tématu velmi zodpovědně. Práce násobně překračuje průměrný standard rozsahu bakalářských prací.</p> <p>Bakalářská práce zaměřená na analýzu marketingových strategií v odvětví stavebnictví na českém území je zpracována v souladu se zadáním. Obsahuje rešerži odborné literatury, marketingové strategie skupin firem působících ve stavebnictví (od inženýrských organizací, přes investorské organizace, projektové a zhotovitelské stavební firmy, vč. dodavatelů stavebních hmot aj.).</p> <p>Vyzdvihnout je nutné i začlenění nových moderních trendů a inovativních řešení z oblasti marketingu.</p> <p>Student zařadil i finanční analýzu nákladů, od které očekával porovnání výše výdajů za marketing ve vztahu k celkovým výkonům. Náklady na marketing ovšem nejsou ve firmách samostatně sledovány a firmy i údaje nezveřejňují, neboť je berou jako součást choulostivých firemních údajů.</p> <p>Přesto alespoň pan Valenta u dvou ne příliš porovnatelných společností toto vypracoval vč. formulování dílčích závěrů.</p> <p>Pro vyřešení úkolů uvedených v zadání zvolil autor BP metodu dotazování. Oslovil 53 respondentů a z výstupů vzešla řada zajímavých odpovědí.</p> <p>Za velmi pozitivní hodnotím zkvalitnění marketingových činností prostřednictvím návrhu na vytvoření nové marketingové společnosti, tzv. Start-up včetně 9 prvků business modelu.</p> <p>Pan Valenta pracoval aktivně a samostatně.</p>	

Odborná úroveň

A - výborně

Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů. Posuďte též schopnost studenta vnímat řešenou problematiku v širších souvislostech a aplikovat inženýrský přístup při řešení.

Autor využil veškerých získaných znalostí ze čtyřletého bakalářského studijního programu. Problematiku nejdříve analyzoval – provedl rešerži odborné literatury, současných přístupů v oblasti marketingu. Správně uvedl, že marketingové aktivity sehrávají obecně důležitou roli v oblasti nákupu a prodeje a že v oblasti stavebnictví je situace poněkud jiná. Autor věnoval prostor řadě otázek a vyzdvihnout je nutno praktický přínos práce a to pro všechny subjekty.

Formální a jazyková úroveň, srozumitelnost práce

A - výborně

Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku práce a její celkovou srozumitelnost

Práce je přehledná a srozumitelná a je v dobré stylistické úrovni. Je vypracována pečlivě a jazyková úroveň je odpovídající odbornému textu.

Předložená práce splňuje obsahové, věcné i formální stránky kladené na bakalářskou práci.

Počet stran a položek zdrojů považuji za přiměřený. Značná je svým rozsahem přílohová část.

Výběr zdrojů, korektnost citací

A - výborně

Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Posuďte výběr pramenů. Ověřte, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi.

Použitá literatura a využitá četnost zdrojů je dostatečná. Odkazy jsou citované podle platné normy ČSN ISO 690-1 Bibliografické citace.

Další komentáře a hodnocení

Práce je koncipována na myšlenku dalších možností přístupů v návaznosti na současný vývoj stavebnictví a trendy v marketingu.

Vyzdvihnout je třeba rozsah bakalářské práce.

V práci autor dokládá možné přístupy pro rozhodování jednotlivých účastníků působících v oblasti stavebnictví jako celku v oblasti marketingu.

BP je vhodným základem pro využití ze strany všech subjektů.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení.

Bakalářská práce přináší návodný postup v posuzování problematiky marketingu – výše výdajů, forem, aj.

Stanovené cíle v práci byly splněny a to jak z formálního hlediska, tak i z hlediska použitých metod.

Zpracování a vyhodnocení získaných poznatků je využitelné pro praxi.

Obsah i forma práce prokazuje orientaci autora v dané oblasti a to včetně zpracování a vyhodnocení informací spojených s konkrétními výstupy.

Otázka: Lze jako marketingový nástroj u stavební firmy považovat i CSR - Společenská odpovědnost firem?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm

A - výborně.

Datum: 16.6.2017

Podpis: