

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)

Posudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky

Autor/ka práce

Příjmení a jméno: Kraus Matěj

Název práce: Marketingová komunikace realitních kanceláří: komparace Orionis a Knight Frank

Autor/ka posudku

Příjmení a jméno: Konrádová Marcela

Pracoviště: MKPR

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Technika práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Struktura práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	D
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	D
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	E
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	E

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Teoretická část předkládané bakalářské práce je založena na relativně málo zdrojích. Autor píše kapitoly podložené často jen na jednom jediném zdroji (namátkou 4.2.6, 4.3). To se týká i kapitol pojednávající o marketingu a marketingové komunikaci.

Jednotlivé kapitoly na sebe příliš nenavazují, z textu není zřejmé, které pasáže jsou pro analytickou část stežejní (což je problém zejm. kvůli zcela chybějící metodologii). Teoreticky důležitá kap. 4.4 je jen velmi kusá.

Metodologická pasáž zcela chybí. Autor v textu nevysvětluje výběr zkoumaných realitních kanceláří, zpracovávaný materiál (píše jen o nterních materiálech), ani jakým způsobem bude přistupovat k závěčnému hodnocení. Limity výzkumu předsatvuje ve 2 větách.

Popis komunikačních strategií obou vybraných realitních kanceláří mohl být v podstatě napsán bez znalosti teorie (operacionalizace v textu chybí, autor tak mohl postupovat čistě dle poskytnutých interních materiálů při popisu, bez znalosti teorie. Nejslabší pasáží jsou však kap. 5.3 a 6.3, tedy identifikace klíčových faktorů úspěchu a rizik - autor nevyužívá žádnou metodu (např. SWOT analýzu), jedná se o subjektivní hodnocení autora.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE

Vyplňte písmeno na škále A – B – C – D – E – F (A=nejlepší, F= nevyhovující)

		Hodnocení písmenem

3.1	Struktura práce	B
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	B
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnotte písmenem F. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	C
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnotte písmenem F)	C
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	B

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

Struktura práce je logická, chybí však metodologická pasáž.

Autor v textu neuvádí strany citací. V seznamu zdrojů není dodržena citační norma u zdrojů týkající se zkoumaných reálních kanceláří.

Práce obsahuje velké množství typografických (odrážky, mezery, tečky atp.) i gramatických chyb.

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Proč jsou předmětem komparace právě tyto dvě reální kanceláře? Jaké jsou limity srovnávání jejich komparačních strategií?
5.2	Jaké metody lze využít při hodnocení komunikačních marketingových strategií? Kterou byste zvolil a proč?

6. ANTIPLAGIÁTORSKÁ KONTROLA TEXTU

Seznámil jsem se s výsledky antiplagiátorské kontroly v SISu.

Komentář pro případnou shodu nad 5%:

6.1	Jednotlivé shody dosahují max. 3 %.
-----	-------------------------------------

6. NAVRHOVANÉ CELKOVÉ HODNOCENÍ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

A

B

C

D

E

F nedoporučuji k obhajobě

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: 19. 8. 2024

Podpis:

.....

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích na sekretariát příslušné katedry. Posudek nahrajte do SISu ve formátu PDF nebo jej zašlete elektronicky na adresu sekretářky příslušné katedry, která

jej do SISu nahraje v zastoupení. Nevkládejte do SISu naskenované posudky s podpisem. V SISu musí být posudek bez podpisu!