

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Žaneta Horká
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Personální marketing
Hodnotitel – oponent: Ing. Michal Mičík
Podnik – firma: Katedra marketingu, obchodu a služeb FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

V předkládané diplomové práci se studentka zabývá tématem personálního marketingu, které je tématem aktuálním. Cíl je uveden v úvodu práce. Práce má logickou strukturu, text je dobře členěn. Občas je zbytečně zdvojnásobeno citování zdrojů - před citovaným textem i po něm. Objevuje se psaní v 1. os. mn. č., což navozuje zdání autorství více osob (str. 10, 15, 20, 24, 37, atd.) V teoretické části práce studentka definuje personální marketing a jeho části. Při definici personálního marketingu pracuje diplomantka pouze s definicemi českých autorů. Při rozvinutosti personálního marketingu hlavně za našimi hranicemi bych očekával definici této disciplíny také od autorů ze zahraničí. Obecně měla autorka více pracovat se zahraniční literaturou také ve zbývající části práce. Občas se vyskytují překlepy a některé pasáže by mohly být formulovány lépe, avšak na celkovou kvalitu textu tyto dvě výtky velký dopad nemají. Praktická část práce začíná představením zvolené organizace. Následuje definování strategického záměru Lasselsbergeru, s.r.o. a analýza prostředí společnosti. Vize je rozpracovaná do jednotlivých komponent a stanovené cíle splňují pravidlo SMART. V popisu externího prostředí, podkapitole 4.1.6, autorka chybně uvádí technologické aktivity společnosti. Tento výčet patří do analýzy interního prostředí firmy. V příloze práce mi chybí rozvaha a výkaz zisku a

ztráty. Bez nich není možno zkontrolovat správnost autorčiných výchozích hodnot v kapitole 4.3.6 - Finanční analýza. Samotná metodika finanční analýzy a výpočty jsou v pořádku. Ke zbývajícím částem analýzy nemám žádné další komentáře, neboť je provedena kvalitně. V případě analýzy aktivit externího personálního marketingu bych čekal ukázky, jakým způsobem společnost se svým okolím komunikuje. Dotazník využitý diplomantkou ke zmapování oblasti interního personálního marketingu je sestaven metodicky správně a jeho závěry jsou srozumitelně formulovány. Studentkou navrhovaná opatření na zlepšení současného stavu mají reálný potenciál. Tuto kapitolu hodnotím celkově jako velmi zdařilou a hodnotnou. Ocenit se musí i přibližný odhad nákladů na jejich provedení, chybí mi však ocenění nákladů na správu sociálních médií, tj. Facebooku, Twitteru a YouTube. Cílem práce bylo "analyzovat oblasti personálního marketingu ve zvolené organizaci a na základě získaných poznatků navrhnout případná doporučení a návrhy pro danou oblast." Jelikož autorka v první kapitole definuje personální marketing jako "průnik hlavně tří oblastí - získávání zaměstnanců, stabilizace zaměstnanců a vytváření dobré zaměstnavatelské značky", měla by se pro splnění svého cíle zabývat v praktické části všemi třemi oblastmi. Jelikož se však nezabývala vytvářením dobré zaměstnavatelské značky, tak se domnívám, že cíl práce nebyl zcela splněn. Z uvedených důvodů navrhuji hodnotit práci diplomantky jako "velmi dobrou" až "dobrou" podle průběhu obhajoby a zodpovězení otázek.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

V kapitole 5 autorka uvádí, že "Organizace Lasselsberger patří mezi nejatraktivnější zaměstnavatele v plzeňském regionu." Podle jakých kritérií autorka toto tvrdí?
Jaké jsou Vaše roční odhady nákladů na provoz sociálních médií?
Rozklíčujte, prosím, náklady ve výši 20 000 Kč na natáčení videí.

V Plzni, dne

9.5.2016

Podpis hodnotitele



Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).