

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Michaela Schickerová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Personální marketing v podnikové praxi

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Michal Mičík, Ph.D.

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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Personální marketing je v posledních letech velmi skloňovaným pojmem, z toho důvodu se autorka předkládané práce zabývá velmi aktuálním tématem. Studentka definuje personální marketing a jeho složky. Postupuje logicky, využívá jak české, tak zahraniční odborné zdroje. V několika případech se však studentka vyjadřuje velmi nepřesně. Přestože je employer branding zařazen v textu v externím personálním marketingu, zasahuje i do interního personálního marketingu. Nelze se také ztotožnit s tvrzením, že firemní identita je to samé co firemní kultura. V textu působí rušivě jeho formátování, zbytečné mezery, jazykové chyby, překlipy a psaní v 1. os. j. č. Slovo online je v označení "online sociální média" nadbytečné a webové stránky nejsou nástrojem sociálních médií. V praktické části studentka analyzuje personální marketing vybrané společnosti a jedné podobné společnosti. Tato část

je zpracována kvalitně, výsledkem je matice IE pro obě firmy. V závěru práce autorka rozpracovává dva návrhy. Přínos workshopu na téma interní komunikace je přinejmenším diskutabilní. Celkově hodnotím práci ještě jako "velmi dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jaký je rozdíl mezi firemní kulturou a firemní identitou?

Ke konci práce píšete, že "...aby seminář byl účinný a efektivní, doporučuje se vytvořit dlouhodobý plán, který by měl zajistit pokroky a vyšší efekt". Stručně představte, jak by takový dlouhodobý plán mohl vypadat a jaké aktivity by zahrnoval.

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele