FAKULTA EKONOMICKÁ
ZÁPADOČESKÉ
UNIVERZITY
V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ
Katedra KFU

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: **Petr Polanský**

Studijní obor/zaměření: **Podniková ekonomika a management**

Téma diplomové práce: **Návrh online marketingové kampaně pro akvizici nových zaměstnanců vybrané organizace**

Hodnotitel – oponent: **Ing. Michal Mičík, Ph.D.**

Podnik – firma: **KMO FEK ZČU**

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	**1**	**2**	**3**	**4**	**N**
A) Definování cílů práce	☒	☐	☐	☐	☐
B) Metodický postup vypracování práce	☐	☐	☐	☒	☐
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	☐	☐	☐	☒	☐
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	☐	☐	☒	☐	☐
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	☐	☒	☐	☐	☐
F) Formální zpracování práce	☐	☒	☐	☐	☐
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	☐	☐	☒	☐	☐
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	☐	☐	☒	☒	☐
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	☐	☐	☒	☐	☐
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	☐	☐	☐	☒	☐
K) Závěry práce a jejich formulace	☐	☐	☒	☐	☐
L) Splnění cílů práce	☐	☐	☒	☒	☐
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	☐	☒	☐	☐	☐
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	☐	☐	☐	☒	☐
O) Celkový dojem z práce	☐	☐	☒	☒	☐

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:[1] **nevyhověl**

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:[2]

Student v úvodu definuje hlavní cíl a dílčí cíle své práce pro svou práci. Úvod je však místy psán jako závěr a nemá tedy charakter úvodu, jaký by měl být. Struktura práce je nevhodně zvolená. Z ryze logického a praktického hlediska by měla kapitola 1 následovat až po rešerši literatury. Některé zdroje typu managementmania by měly být nahrazeny odbornými zdroji. Smyslem analýzy mezoprostředí je analyzovat intenzitu jednotlivých konkurenčních faktorů a na základě této analýzy vyvodit, jak atraktivní je daný trh/segment trhu pro firmu - autor se však při analýze vyjednávací síly dodavatelů a odběratelů omezil pouze na jejich vyjmenování a celkově stupeň intenzity konkurence nehodnotí. Neznalost teorie je podtržena v následné "sumarizaci" informací ke tvorbě SWOT matice, kde autor

bez vazby na předešlý text zmiňuje silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby. Všechny tyto informace by měly samy vyplynout ať už z analýzy společnosti, analýzy zaměstnanců, mixu, apod. Vstup na zahraniční trh je strategií, ne příležitostí, stejně tak je strategií outsourcing. Kapitola 2 představuje výpisky z Kotlera (2013). Přestože se jedná o kapitolu úvodní do prostředí marketingu, měl by autor představit více pohledů na danou problematiku. Autor zaměňuje pojmy personalistika a personální řízení. Kapitola 2.2 opět ukazuje pouze jednostranný pohled jednoho autora. Autor si plete personální marketing se získáváním zaměstnanců - tyto dva termíny nejsou synonymy, jak by mohl čtenář usuzovat na základě informací ze str. 30. V popisu současných trendů personálního marketingu jsou popisována sociální média; student však zcela vynechává kariérní stránky. V kapitole 5 (praktická část) však hodnotí kariérní stránky vybraných firem, dokonce na nich hodnotí vybrané faktory. Student však vůbec nepropojuje teoretickou část s praktickou, neboť praktická nemá žádný základ v teoretické. Přestože se ve své práci student v převážné míře věnuje personálnímu marketingu, tak zde není ani jedna jeho definice a chybí taktéž rešerše na dané téma. Pokud autor tvrdí, že sociální sítě vyjmenované v kapitole v kapitole 2.3 se dají použít k personálnímu marketingu, měl by stejně, jako tomu udělal v případě Facebooku a LinkedInu, toto demonstrovat. V textu chybí propojení na personální marketing - např. v kap. 2.3.2 autor popisuje obecné trendy na sociálních sítích bez jakékoli vazby na zkoumané téma. Autor v kapitole 3 píše, že informace o kultuře na stránkách vybrané společnosti přivádí uživatele více do děje společnosti. Nikde v práci se však nevyskytuje, co "firemní kulturou" autor myslí. Není jasné, na základě čeho autor navrhuje návrhy ke zlepšení v kapitole 3.1, neboť v práci není žádná informace či odkaz na zdroj, na základě kterého by toto autor mohl vyvozovat. Práce je psaná velmi subjektivně; autor by měl ponechat na čtenáři, co je a co není zajímavé. Po formální stránce by nová kapitola mě začínat na nové stránce. Víceméně všechny zdroje týkající se získávání zaměstnanců (2.3, 4) jsou pouze z jednoho zdroje (Koubek), jedná se tak o velmi jednostranný pohled problematiku.
V kapitole 5 student pomocí jednoduché analýzy hodnotí vybrané IT společnosti v Plzni. Problémem těchto hodnocení je jejich subjektivita; hodnocení je akceptovatelné, nicméně student by si omezení měl být vědom a alespoň ho zmínit. Jelikož je zřetelné, že autor práce je zaměstnán v oboru IT, mohl pro tuto část využít i svých kolegů. Takto vytvořený panel odborníků by subjektivitu zcela odstranil.
V kapitole 5.3 student ukazuje zajímavé nápady k inspiraci ohledně komunikace organizační kultury.
Při definici generací v kapitole 6.1.1 autor opět pracuje velmi jednostranně; uvedené rozdělení dle data narození je pouze jedno z mnoha a v literatuře nepřevažující. Provedený "field research" v kapitole 6.2 bohužel nemá vypovídací hodnotu, autor vychází pouze z dat získaných od 44 respondentů, při rozdělení na Veletrh pracovních příležitostí a DOD FAV je pak těchto respondentů ještě méně. Student by si tak měl být při interpretaci výsledků této limitace vědom. Pro spolehlivější výsledky by byla potřeba šetření provést na daleko větším vzorku.
Kapitola 7, které představuje návrh online marketingové kampaně, je kvalitně zpracována a nelze k ní mít významnější výtky.
V práci se vyskytuje větší množství překlepů, neobratných spojení a jazykových nepřesností.

Metodické poznámky:
[1] Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.
[2] Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.
[3] Stručně zdůvodněte navrhovaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.
[4] Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte oboustranně vytištěný a podepsaný na sekretariát KFU, FEK ZČU **do 20. 5. 2019.**
Nově: Posudek zašlete emailem na: bultasov@kfu.zcu.cz v PDF formátu bez podpisu s názvem souboru BP nebo DP_příjmení studenta_OP.pdf (příklad: DP_Xaver_OP.pdf).

Celkově je práce neprovázaná. Teoretická část je z větší části "odtržená" od praktické. Většina toho, co je napsáno v praktické části, nemá oporu v teoretické části. Kapitola 7, samotný návrh kampaně, je velmi dobře zpracovaná, zbytek práce však vykazuje výrazné nedostatky. Zpracováním kapitoly 7 student splnil hlavní cíl práce, nicméně dílčí cíle splněny nebyly. Práci hodnotím na pomezí stupňů "nevyhověl" a "dobře" dle průběhu obhajoby.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:[3]

Jaká je vyjednávací síla dodavatelů a odběratelů společnosti EXON?
Jaký je stupeň intenzity konkurence ve vybraném odvětví a tedy atraktivita trhu pro společnost EXON?
Co je to personální marketing?
Jaký je vztah mezi získáváním pracovníků a personálním marketingem?
Jaký je rozdíl mezi pojmy personalistika a personální řízení?
Co je to firemní kultura?
Na základě čeho byly vybrány hodnotící faktory kariérních stránek a sociálních médií v kapitole 5?

V Plzni, dne Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:
[1] Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.
[2] Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.
[3] Stručně zdůvodněte navrhovaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.
[4] Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte oboustranně vytištěný a podepsaný na sekretariát KFU, FEK ZČU **do 20. 5. 2019.**
Nově: Posudek zašlete emailem na: bultasov@kfu.zcu.cz v PDF formátu bez podpisu s názvem souboru BP nebo DP_příjmení studenta_OP.pdf (příklad: DP_Xaver_OP.pdf).

Metodické poznámky:
[1] Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.
[2] Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.
[3] Stručně zdůvodněte navrhovaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.
[4] Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte oboustranně vytištěný a podepsaný na sekretariát KFU, FEK ZČU **do 20. 5. 2019.**
Nově: Posudek zašlete emailem na: bultasov@kfu.zcu.cz v PDF formátu bez podpisu s názvem souboru BP nebo DP_příjmení studenta_OP.pdf (příklad: DP_Xaver_OP.pdf).