

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Bc. Marta Šusterová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Návrh komunikační kampaně pro získání zaměstnanců pro podnik

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno
 Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm: **výborně**

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předložená diplomová práce je zpracovaná pro konkrétní podnik s cílem přípravy komunikační kampaně pro nábor zaměstnanců v kontextu personálního marketingu. Cíle práce jsou uvedeny v úvodu, ale "skrývají se" v textu odstavců.

Teoretickým východiskem je marketingová komunikace se zaměřením na personální marketing a v tom na značku zaměstnavatele. Ve druhé kapitole studentka stručně vymezuje základní pojmy z oblasti marketingové komunikace a podrobněji se zaměřuje na reklamu, jež souvisí s aplikační částí předložené práce. Třetí kapitola se věnuje přímo problematice komunikační kampaně včetně základního pojednání o médiích. Studentka zde vhodně pracuje s relevantními odbornými zdroji. Velmi vhodně je zpracovaná čtvrtá kapitola, která je zaměřena na trh práce v ČR. Data jsou aktuální a dobře dokumentují situaci v ČR.

Na s. 48 a dále je charakterizovaná zvolená společnost včetně podrobnějšího zmapování problematiky zaměstnanců s využitím interních zdrojů podniku. Vzhledem k tématu je důležitá i podkapitola 5.4 zaměstnanecká cesta.

Od s. 57 je zpracovaná analýza současného stavu opět s využitím sběru dat uvnitř podniku a se souhrnem ve SWOT analýze na s. 61. Následují i poznámky ke konkurenci, což je v současném kontextu velmi významné. Zajímavé je například porovnání benefitů s konkurenčními firmami na něž navazuje i porovnání digitálních kanálů. V kapitole 6.6 potom autorka prezentuje analýzu zmínek z virtuálního prostředí, což je dnes velmi důležitá aktivita ve vztahu k řešenému tématu (specificky Atmoskop).

Od s. 75 je vlastní návrh komunikační kampaně, který staví na teoretické části práce a je zodpovědně a kvalitně zpracován včetně návrhu pro rozpočet. Tuto část práce uzavírají relevantní doporučení pro podnik na s. 89-90. Ocenit je potřebné i návrhy komunikace v příloze předložené DP.

Z celého zpracování zejména aplikační části je patrné, že studentka již ve firmě pracuje a že se problematikou skutečně odpovědně zabývá.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Máte šanci vámi doporučené návrhy také realizovat v praxi?

V Plzni, dne 9. 5. 2022

Podpis hodnotitele