

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Personální marketing v organizaci XY

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Dvořáková Natálie

Oponent práce: Ing. Olga Kutnohorská, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	X
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Autorka si za cíl své bakalářské práce stanovila posouzení používaných nástrojů personálního marketingu ve Společnosti XY a návrh vhodných doporučení ke zvýšení jeho účinnosti. Lze konstatovat, že cíl byl naplněn. Teoretická část je obsahově vhodně strukturovaná, citace jsou používány správně, pouze občas jsou některé pasáže z jednoho zdroje příliš dlouhé. Personální marketing a jeho nástroje jsou popsány ve značné šíři. V praktické části autorka představuje společnost a její přístup k personálnímu marketingu, tato část je zpracována velmi pečlivě. Dále je prezentováno dotazníkové šetření, kde se ovšem autorka uchyluje k poměrně vágním vyjádřením a k nepodloženým domněnkám – viz např. str. 22 (Odpovědi na otázku týkající se zájmu o práci ve společnosti jsou hodnoceny „...Z důvodu technického zaměření společnosti je jasné, že práce v takové společnosti není pro každého člověka vhodná. Může se jednat jak o faktor pohlaví, kdy většinou do takové pracovní sféry směřují spíše muži, tak i na základě věku či zájmů respondenta...“ – přitom tyto informace by se daly získat z údajů, které jsou k dispozici z dotazníku.). Tabulky by bylo vhodnější uvádět v přílohách. Následující polostrukturované rozhovory jsou vyhodnoceny adekvátní formou. Oceňuji využití kvantitativního i kvalitativního výzkumu. Text není zcela bezchybně formátován – občasné mezery mezi odstavci, volný řádek pod některými nadpisy apod. Sporadicky se vyskytují gramatické chyby. Práce splňuje požadavky kladené na tento typ prací, proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Otázka 7 směřuje na znalost značky, ne však na znalost značky ve smyslu „zaměstnavatelské značky“. Jaká je podle Vás vazba mezi zaměstnavatelskou a produktovou značkou? Lze ze znalosti značky usuzovat na její atraktivitu v kontextu zaměstnavatele?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Domníváte se, že by pro společnost bylo vhodné zaměstnanecké benefity diferencovat podle kategorie zaměstnance? Uveďte příklad.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 09.06.2021

Podpis oponenta práce