



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Vendula Bílková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Personální marketing v podnikové praxi
Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Dana Egerová, Ph.D.
Podnik – firma: FEK ZČU

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

- 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

1	2	3	4	N
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

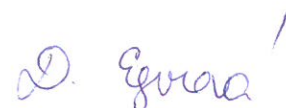
Předkládaná bakalářská práce zpracovává téma personálního marketingu, které lze v současné době považovat za téma velmi aktuální. Práce je standardně členěna na část teoretickou a praktickou. V teoretické části autorka vymezuje koncept personálního marketingu a související pojmy. Bohužel snaha autorky vymezit co nejvíce souvisejících pojmů, se částečně negativně projevila ve zkratkovitém vymezení některých dílčích pojmů např. podkapitola 1.3, ale také v nelogické strukturaci a provázanosti některých podkapitol např. podkapitola 1.2. Teoretická část je zpracována s využitím adekvátních českých i zahraničních literárních zdrojů. V některých případech ovšem uvedený text nekoresponduje s původním zejména cizojazyčným textem viz např. odstavec s odkazem na autora Hatum. Nicméně teoretická část poskytuje nezbytný teoretický vstup k praktické části bakalářské práce. Praktickou část bakalářské práce tvoří kapitoly 5 a 6. Pátou, nejrozsáhlejší kapitolu celé práce, lze považovat za klíčovou. V úvodu této kapitoly autorka popisuje postup hodnocení vybraných oblastí a nástrojů externího personálního marketingu u firem zvolených ze studie TOP zaměstnavatelé. Diskutabilní je výběr některých hodnocených položek včetně přiřazení bodů k těmto položkám. Následně autorka prezentuje souhrnné výsledky hodnocení firem za jednotlivé oblasti i u jednotlivých nástrojů. Výsledky jsou prezentovány a komentovány přehledně. V šesté kapitole se autorka pokusila o celkové zhodnocení a porovnání výstupů z provedených hodnocení. Součástí kapitoly jsou i návrhy, u

kterých postrádám hlubší zpracování. V práci se vyskytují dílčí formální i obsahové nedostatky (např. nadpisy kapitol, vymezení generace Y, nepřesnosti v tabulkách hodnocení u jednotlivých firem). V úvodu práce autorka vymezila velmi ambiciózní cíl, který byl i vzhledem k omezeným možnostem bakalářské práce naplněn pouze zčásti. Uvedené platí také o zásadách, které zejména v bodech 3. a 4. byly naplněny s výhradami. I přes uvedené připomínky doporučuji bakalářskou práci k obhajobě.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

- 1) Na základě jakých kritérií byly hodnoceny společnosti v položkách Reputace společnosti a Stabilita společnosti. V čem konkrétně se lišily společnosti, které v položce Stabilita dosáhly 0 nebo 2 body a v položce Reputace 2-1-0 bodů. Uveďte na příkladech.
- 2) V práci uvádíte pojmy atraktivita zaměstnavatele a značka zaměstnavatele. Jak vnímáte rozdíl mezi uvedenými pojmy?

V Plzni, dne 9. 5. 2018



Podpis hodnotitele