

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

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

Hodnotitel – vedoucí práce: Mgr. Hana Ovesleová 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení 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 plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předložená diplomová práce zpracovává téma návrhu komunikační kampaně. Hlavním cílem práce bylo vytvoření projektového návrhu komunikační kampaně pro získání zaměstnanců pro plzeňský závod společnosti JTEKT Czech Republic s.r.o. pomocí metody 5M. Studentka v úvodu práce zpracovává teorii personálního marketingu a za pomoci odborné literatury definuje základní pojmy. Orientace v oboru je dobrá. Práce se zdroji je v pořádku, jazyková úroveň textu odpovídá nárokům na klasifikační práci. Teoretickému rámci jsou věnovány první čtyři kapitoly. V následující části práce se studentka soustředí již na zvolený podnik. Charakterizuje jeho personální procesy a analyzuje vnitřní a vnější prostředí podniku. Data čerpá z veřejných zdrojů, stávající legislativy, pro vymezení pozice podniku definuje jasná

kriteria. Pro analýzu vnitřního prostředí pak čerpá z interních dokumentů firmy, dále využívá výzkumných metod focus groups a hloubkových rozhovorů. Analytickou část následně shrnuje do datové báze, která tvoří základ pro návrhovou část kampaně. Projekt návrhové části zahrnuje všechny důležité aspekty, přes časovou osu, volbu jednotlivých aktivit a vhodných komunikačních kanálů až po orientační finanční rozvahu. Navrhovaná opatření jsou realistická, byla konzultována s vybraným subjektem, od nějž byla získána vstupní data pro měření úspěšnosti kampaně. Poslední kapitola obsahuje seznam doporučení, která vzešla z celkové analýzy. Studentka v průběhu celého období pracovala samostatně, využívala konzultací s vedoucí práce, prokazovala aktivní a pečlivý přístup a prokázala dobrou orientaci ve zpracované problematice. Jedná se celkově o práci kvalitní, doporučuji ji k obhajobě a hodnotím ji stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

1. Jakou odezvu jste obdržela ze strany podniku na svá doporučení ze závěrečné kapitoly?
2. Jak se ve vaší kampani a doporučeních odráží výsledky vaší souhrnné SWOT analýzy? Uveďte konkrétní příklady.

V Plzni, dne 29. května 2024

Podpis hodnotitele