

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

**Jméno studenta:** Bc. Houšková Barbora  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Uplatnění marketingových přístupů v personálním řízení  
**Hodnotitel – oponent:** PhDr. Milan Jermář, 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
A)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Diplomová práce je věnována aktuálnímu tématu využití personálního marketingu. Struktura práce je přehledná, logicky uspořádaná. Je využita relevantní literatura. Studentce se poměrně dobře podařilo přiblížit pojem a koncepci personálního marketingu, což je velmi obtížná záležitost. Vhodné by ovšem ještě bylo alespoň částečně postihnout názory na vztahy mezi personálním marketingem a personálním managementem. Hlavní otázka v této souvislosti by mohla být: je personální marketing svébytná oblast, nebo je to spíše soubor specifických přístupů v personálním a obecném managementu? V teoretických pasážích postrádám také představení pojmu "employee branding". V praktické části bych považoval za vhodné se v analýze interního prostředí vyjádřit i k úrovni managementu firmy, také by měl být asi charakterizován personální útvar a jeho role v personálním marketingu firmy. U kapitoly 5 by asi mělo být jasněji uvedeno, zda se má jednat o analýzy jednotlivých oblastí, nebo jen o deskripci? U obr. 12 si nejsem jist, zda není chyba v popiskách. V představení výsledků dotazníkového šetření by možná bylo dobré alespoň u některých otázek uvést názory jednotlivých skupin respondentů. U návrhu opatření (jelikož se jedná o návrh manažerského typu) uvést, kdo by měl opatření realizovat -

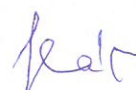
odpovědnost. Celkově je práce kvalitně připravena, je možno ji předložit k obhajobě před státní zkušební komisí. Navrhované hodnocení: velmi dobře.

**Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Jaké je složení personálního útvaru firmy, jak hodnotíte jeho současnou roli v personálním marketingu firmy, jaká by tato role měla být v budoucnosti?

Je podle vašeho názoru personální marketing svébytná oblast, nebo je to spíše soubor specifických přístupů v personálním a obecném managementu?

V Plzni, dne 15.5.2017



Podpis hodnotitele

---

Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).