

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Klára Třmínková

Název diplomové práce: Budování značky zaměstnavatele ve vybrané společnosti

Cíl práce: Cílem DP je návrh komplexního plánu pro efektivní budování značky zaměstnavatele ve společnosti BENTELER ČR, s.r.o.

Jméno vedoucího diplomové práce: doc. Ing. Kateřina Maršíková, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	X			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	X			
Hloubka provedené analýzy	X			
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	X			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	X			
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	X			
Formulování vlastních názorů diplomantem		X		
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	X			
Stylistická úroveň práce		X		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	X			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací	X			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1/ Váš komplexní návrh budování značky zaměstnavatele je poměrně finančně náročný (a to i přes to, že odhad nákladů je výrazně nižší než cenová nabídka konzultantské společnosti). Jak se k Vašemu návrhu staví vedení společnosti a bude návrh (případně alespoň některá jeho část) ve společnosti implementován/a?

2/ Budování značky zaměstnavatele (EB) je možné podpořit nástroji interního a externího marketingu. K čemu interní (HR) marketing z pohledu EB slouží a jaké nástroje je možné využít?

Práci doporučuji k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: VÝBORNĚ

Datum: 25.5.2018

.....
Podpis vedoucího diplomové práce



Diplomová práce se zabývá velmi aktuálním a v české literatuře doposud zatím ne příliš popsaným tématem „budování značky zaměstnavatele (employer brandingem - EB)“. Práce vychází především ze zahraničních zdrojů. Velmi oceňuji samostatnost studentky při orientaci v problematice a při práci se zdroji a při zpracování tématu, a to i přes to, že při překladu ze zahraničních zdrojů vznikly některé terminologické nebo formulační nepřesnosti. V teoretické části se práce zabývá také otázkou EVP – employer value proposition a uplatněním nástrojů při budování employer brandingů v interním a především externím prostředí. V praktické části přichází diplomantka s komplexním návrhem budování EB, který má za cíl napomoci společnosti s řešením nízkého zájmu uchazečů o volné pozice a snížení rostoucí míra fluktuace. Praktická část je aplikována na společnost Benteler v ČR. V analytické části jsou zjištěny některé nedostatky jako je nedostatečná propagace značky zaměstnavatele na úrovni ČR či nevyužívání moderních prostředků náboru. Dále je řešena potřeba využívání sociálních sítí a aktivní zapojení kariérní stránky na lokální úrovni a nesoulad mezi tím, jak je EB nastaven na úrovni celosvětové a jeho praktická aplikace v závodech v ČR.

Z analýzy vychází návrh diplomantky na lokální východiska pro plán EB, doporučení na vytvoření archetypu značky zaměstnavatele, návrh persóny cílové skupiny kandidátů, návrh na vylepšení náborové nabídky, zajištění kariérních stránek, kontrolních metrik úspěšnosti plánu EB a konečné finanční zhodnocení náročnosti navrhované strategie implementace EB.

I přes některé formulační a textové nedostatky hodnotím práci stupněm výborně.