

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Kristýna Pšeničková

Název diplomové práce: Uplatňování personálního marketingu s ohledem na kulturní příslušnost zaměstnanců

Cíl práce: Cílem práce bylo zhodnotit, zda a jak je personální marketing uplatňován ve vybrané společnosti a doporučit případné návrhy na zlepšení stávajícího stavu.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. S. Myslivcová, Ph.D., ING.PAED.IGIP

	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			
Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG	Posouzeno bez výhrad			x
	Posouzeno s výhradami			

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. Ve své práci uvádíte, že v závodu Mladá Boleslav pracuje 3 043 kmenových zaměstnanců cizinců. Proč bylo osloveno v DP uvedené množství kmenových zaměstnanců cizinců?
2. Změnilo se uplatňování personálního marketingu vůči kmenovým zaměstnancům cizincům v období pandemické krize Covid-19?

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: výborně

Datum: 19. 1. 2021

.....
Podpis vedoucího diplomové práce

Diplomantka se ve své práci věnuje tématům, která jsou velice aktuální. Aktuální je nejen odborné téma práce - personální marketing, ale také zájmová skupina, vůči které by měl být personální marketing uplatňován. Zájmovou skupinou diplomové práce jsou kmenoví zaměstnanci cizinci ve vybraném podniku.

V úvodní části své diplomové práce studentka zpracovává teoretická východiska personálního marketingu, charakterizuje personální marketing, vysvětluje jeho význam, seznamuje s marketingovými nástroji v personálním marketingu. Teoretická část také pojednává o trhu práce, především z pohledu zaměstnávání cizinců. Tuto část uzavírá kapitola, věnovaná kulturním odlišnostem cizinců. Celkově lze konstatovat, že jednotlivá témata teoretické části jsou precizně zpracována, logicky na sebe navazují. Vyzdvihnout je potřeba samotný obsah kapitol, především posledních dvou zmiňovaných. Studentka nastudovala, zjistila a v práci uvedla mnoho argumentů a faktů, čímž se její práce zcela odlišuje od standardu.

Stejné charakteristiky jako první část diplomové práce má i část druhá. Praktická část diplomové práce představuje vybraný podnik a následně analyzuje uplatňování personálního marketingu v podniku. Nástrojem nosné analytické části práce je marketingový výzkum. Studentka v práci popisuje metodiku výzkumu a interpretuje získaná data. Na základě zjištěných dat následně předkládá doporučení, která mohou vést k efektivnějšímu uplatňování personálního marketingu ve vybraném podniku, mohou být pro podnik přínosem. Část doporučení je v závěru ekonomicky zhodnocena.

Práce beze zbytku naplnila požadavky, kladené na závěrečnou práci. Studentka prokázala, že umí uplatnit teoretické znalosti a vědomosti v praxi. Práci doporučuji k obhajobě.