

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Gabriela Prokopová

Název diplomové práce: Rebranding ve vybrané společnosti

Cíl práce: Cílem práce je na základě analýzy vybraných procesů společnosti navrhnout vhodnou koncepci employer rebrandingu s důrazem na komunikaci rebrandingu a zpětnou vazbu

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			
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/ Jaká rizika existují z pohledu změny značky zaměstnavatele (rebrandingu) a která konkrétně se týkají vybrané společnosti?

2/ Proč je důležité řešit otázku rebrandingu z pohledu externí i interní značky zaměstnavatele?

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

VÝBORNĚ

Datum:

.....
Podpis vedoucího diplomové práce



Diplomová práce se zabývá tématem budováním značky zaměstnavatele ve vybrané společnosti, která prochází strukturálními změnami v podobě přeměny její značky (tzv. rebrandingem). Jedná se o téma aktuálním a v české literatuře doposud zatím ne příliš popsaným. Velmi oceňuji samostatnost studentky při orientaci v problematice a při práci se zdroji a při zpracování tématu.

DP je vhodně strukturována, v teoretické i praktické části se dotýká vybraných oblastí spojených s budováním a změnou značky zaměstnavatele s důrazem na hodnotovou nabídku zaměstnavatele, firemní identitu a strategii ve vazbě na nástroje personálního marketingu. Dále jsou přestaveny vybrané personální procesy, které budování značky zaměstnavatele ovlivňují. V praktické části je na základě poznatků z teoretické části provedena analýza těchto oblastí v konkrétní společnosti (která si přála být anonymizována).

I přes to, že celý proces rebrandingu a také zpracování DP ovlivnila situace s COVID-19, studentka představila v praktické části celou řadu návrhů tak, jak bylo původně plánováno a firma je bude moci využít v budoucnu. Návrhy směřují do oblasti interního prostředí i mimo firmu s důrazem na oblast komunikace změny značky zaměstnavatele vůči svým zaměstnancům i vnějšímu prostředí a také s důrazem na návrhy možnosti sledování dopadů rebrandingu. Jedná se např. o vytvoření dotazníku pro zaměstnance k ohodnocení procesu rebrandingu, návrh chatbota pro kariérní stránky či návrhy způsobů, jak měřit dopady změny značky zaměstnavatele. Oceňuji také, že návrhy jsou doplněny i o zhodnocení ekonomické a časové náročnosti s tím.

Po formální stránce je DP zpracována přehledně, doplněna řadou grafů a obrázků. Studentka využila také velké množství zdrojů (českých i zahraničních).

Na základě výše uvedeného hodnotím diplomovou práci stupněm **VÝBORNĚ**.