

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Gabriela Prokopová

Název diplomové práce: Rebranding ve vybrané společnosti

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

Jméno oponenta diplomové práce: Mgr. Renáta Havelková

Oponent: - název firmy: Úřad práce – Krajská pobočka v Liberci

- pracovní zařazení: Projektový manažer, odborný pracovník projektů ESF

- kontakt: +420 606 544 178

	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 (uved'te na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

- Píšete, že ve společnosti pracují převážně „mladší“ lidé. Proč nebyl dotazník rozeslán prostřednictvím emailu nebo nebyl vytvořen přímo k online vyplnění a distribuován větší skupině?
- V DP zmiňujete hodnocení v rámci recenze zaměstnavatelů: Špatný přístup ze strany nadřízených. Reagovalo na tuto recenzi „vyšší“ vedení společnosti, popř. jak.

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: VÝBORNĚ

Datum: 14. 08. 2020

.....
Podpis oponenta diplomové práce



Předložená diplomová práce na téma „Rebranding ve vybrané společnosti“ je rozdělena do několika částí. Teoretická část práce se zabývá povědomím o firemní identitě a značce vybraného podniku. Prostor je věnován personálnímu marketingu i hodnotové nabídce pro zaměstnance. Dále se teoretická část zaměřuje na proces rebrandingu v dané společnosti.

Praktická část již obsahuje bližší informace o popisované společnosti (název společnost nechtěla uvádět). Tato část se zabývá personálními ukazateli (získávání x propouštění zaměstnanců) a budování interní a externí značky zaměstnavatele. Dále je zde popisována situace ohledně rebrandingu a návrh jeho koncepce.

V rámci diplomové práce bylo navrženo dotazníkové šetření (vytvoření konkrétního dotazníku pro zjištění vnímání přerozdělení firmy mezi zaměstnanci, spokojenost a efektivnost komunikace se svými pracovníky). Tento dotazník byl v rámci interního rebrandingu ve společnosti v omezeném počtu otestován.

Koncepce externího rebrandingu obsahuje návrhy jak komunikovat s potenciálními pracovníky. Navrhuje vytvoření – vzhled kariérních stránek, využívání reklam, inzerátů a spotů v různých médiích regionu.

Všechny tyto návrhy diplomantka zpracovala a vyhodnotila i po ekonomické stránce (část práce se věnuje podrobnému zpracování finančních investic pro společnost v 1. roce).

Cílem diplomové práce bylo navržení koncepce employer rebrandingu v dané společnosti. Tento cíl byl v předložené diplomové práci splněn. V diplomové práci jsou předloženy návrhy a další doporučení, která společnost v budoucnosti může využít.

Diplomantka musela věnovat spoustu času a úsilí ke shromáždění všech podkladů (investice ohledně propagace společnosti, inzerce, reklamních spotů, atd.).

Předložená diplomová práce je přehledná a ucelená. Doplnují ji grafy a přehledné tabulky. Bylo využito i několik konkrétních ukázek (obrázků) pro představu vizualizace navrhovaných internetových stránek.

Diplomovou práci doporučuji k obhajobě a hodnotím ji stupněm výborně.