

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Pavla Handlířová

Název bakalářské práce: Personální marketing daného podniku.

Cíl práce: Cílem BP bylo zhodnotit uplatňování personálního marketingu v konkrétním podniku.

Jméno vedoucího bakalářské práce: Ing. S. Myslivcová, ING.PAED.IGIP.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu studentem:				
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 studenta zpracovat získané podklady		x		
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		x		
Formulování vlastních názorů studentem		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 bakalářské 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 bakalářské práce:

- 1. V dotazníku respondenti vyjadřovali postoj k dané společnosti. Více než 1/3 respondentů uvedla, že má ke společnosti spíše nepříznivý postoj. Můžete tento výsledek vysvětlit?**
- 2. Z výsledků vyplývá, že má společnost mnoho slabých stránek. Můžete upřesnit, které jsou nejnaléhavější?**

Práci doporučuji k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 21. 5. 2018

.....
Podpis vedoucího bakalářské práce



Cílem bakalářské práce bylo zhodnocení uplatňování personálního marketingu v konkrétním podniku. K naplnění tohoto cíle vedla teoretická východiska a jejich výčet v první části BP. Tato část obsahuje všechna důležitá a podstatná východiska, text je logicky strukturován.

V praktické části již studentka konkrétní subjekt popisuje a provádí analýzu uplatňování personálního marketingu. Jako nástroj analýzy studentka využívá kvantitativní sběr dat. Zde je potřeba zdůraznit, že předmět marketingový výzkum není zařazen v bakalářském studiu, proto kladně hodnotím přípravu, realizaci a interpretaci výzkumu.

Poněkud slabší stránkou BP je stylistická úprava.

Studentka prokázala schopnost uplatnit nabyté vědomosti a znalosti při vypracování závěrečné práce.