

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Lucie Kociánová

Název bakalářské práce: Personální marketing vybraného subjektu.

Cíl práce: Cílem práce je charakterizovat personální marketing, jeho význam v řízení lidských zdrojů. Analyzovat činnosti související s uplatňováním interního personálního marketingu a se spokojeností zaměstnanců.

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:

Ve své bakalářské práci analyzujete spokojenost zaměstnanců vybraného podniku prostřednictvím dotazníkového šetření.

- 1. Jsou Vámi zjištěné výsledky stejné pro všechny pracovní pozice?**
- 2. Jsou „dlouholetí“ zaměstnanci podniku loajální?**

Práci doporučuji k obhajobě.

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: výborně

Datum: 10. 5. 2017

.....
Podpis vedoucího bakalářské práce



Studentka ve své bakalářské práci zpracovává na základě rešerše odborné a vědecké literatury témata personální marketing a spokojenost zaměstnanců.

V první části BP vymezuje pojem personální marketing, marketingový mix v personalistice, charakterizuje pojem značka zaměstnavatele. Podstatně větší pozornost je věnována internímu personálnímu marketingu.

V praktické části BP je charakterizován vybraný subjekt a jsou zde analyzovány vybrané činnosti interního personálního marketingu. Tato část také pojednává o realizovaném výzkumu.

V závěru práce jsou uvedena doporučení, vyplývající z předcházejících částí.

Studentka pracovala samostatně a prokázala schopnost uplatnit bez výhrad nabyté znalosti a vědomosti při vypracovávání závěrečné práce.

