

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Mystery shopping v personální agentuře
Jméno autora:	Kristýna Lidáková
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Radka Hrabcová
Pracoviště oponenta práce:	Srdce v domě, p.o. Klentnice

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
Bakalářská práce si klade za cíl provedení kvalitativní výzkumné metody Mystery shopping v personální agentuře v souvislosti s posouzením kvality poskytovaných služeb a možností využití této metody při hodnocení zaměstnanců.	

Splnění zadání	splněno
Zadání bakalářské práce bylo splněno, stanovené cíle byly dosaženy.	

Zvolený postup řešení	správný
K dosažení cíle práce – aplikování metody Mystery Shopping bylo využito dotazníkové šetření, považuji tento postup za správný.	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
Práce má logickou strukturu, teoretická část je zpracována přehledně a zabývá se všemi důležitými poznatky potřebnými pro zpracování praktické části, oceňuji, že autorka vychází při psaní práce z osobních zkušeností a poznatků, které získala osobně v popisované firmě.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
Po stránce jazykové úrovně, pravopisu a stylistiky jsem našla drobné nedostatky, vcelku k nim nemám připomínky, rozsah práce odpovídá platným normám.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
Líbí se mi autorčin výběr literatury, která je dále přehledně zobrazena, citace jsou v souladu s citačními zvyklostmi a normami.	

Další komentáře a hodnocení	
<i>Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.</i>	
Vložte komentář (nepovinné hodnocení).	

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka se ve své práci zabývá zavedením výzkumné metody Mystery Shopping v nejmenované personální agentuře, cílem zavedení této metody je jednak zjistit úroveň poskytovaných služeb uchazečům o zaměstnání a také možnost jejího využití při hodnocení zaměstnanců agentury. Teoretická část se zabývá důležitými pojmy, které se týkají hodnocení pracovníků, metody Mystery Shopping a personálních agentur. V praktické části je představena personální agentura i cíle výzkumu. Autorka popisuje přípravu a realizaci výzkumu, Mystery Shopping je realizován formou Mystery Calling a Mystery Visit, každý hodnotitel vyplňuje na základě dotazníkového šetření, provedeného uvedenými formami záznamový arch. Výsledky jsou potom graficky zpracovány. Na závěr autorka analyzuje výsledky šetření a navrhuje doporučení pro agenturu.

Práce je zajímavým a podnětným výstupem jak pro manažery, tak pro samotné zaměstnance sledované agentury, po obsahové stránce lze tedy práci hodnotit jako pro společnost přínosnou, užitečnou a použitelnou. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

Jak hodnotí Vámi předložené návrhy vedení společnosti, jejich reálnost, aplikovatelnost a finanční náročnost?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 1.6.2017

Podpis: