

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	<b>Personální marketingový mix</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Ida Veitová</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Oddělení veřejné správy a regionálních studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Martin Šikýř, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Oddělení manažerských studií

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>náročnější</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání spojené se zkoumáním personálního marketingu patří mezi náročnější.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Zadání práce je možné považovat za splněné.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>správný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Zvolený postup řešení je možné považovat za správný.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>C - dobře</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Celkové pojetí se blíží požadavkům na odbornou práci, ovšem odborný výklad vyžaduje zlepšení.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>C - dobře</b>
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Formální i jazyková úroveň vyžadují zlepšení. Styl písma by měl být v celé práci jednotný. Hlavní kapitoly by měly začínat na nové stránce. Odrážky je třeba zakončovat. Zdroje u obrázků a tabulek by neměly být součástí názvů obrázků nebo tabulek. Dotazníkové šetření by mělo být shrnuto. Návrhy by měly být přehlednější.	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>C - dobře</b>
<i>Vyjáďte se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	
Studentka shromáždila a využila relevantní informační zdroje. Citování vyžaduje zlepšení. Bibliografické odkazy a citace v textu a v seznamu literatury by měly být v souladu s normou, zejména by měly být správné a jednotné. V harvardském systému odkazování by rok vydání v seznamu literatury měl být přímo za tvůrcem. Seznam literatury se nečísluje.	

#### Další komentáře a hodnocení

*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.*

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

#### III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.*

Studentka zkoumala nastavení personálního marketingového mixu ve vybrané organizaci s cílem posoudit využití dostupných nástrojů personálního marketingu a navrhnout doporučení pro možné zlepšení v této oblasti s ohledem na vnitřní personální marketing.

Vymezený cíl práce je možné považovat za splněný. Studentka teoreticky zpracovala problematiku personálního marketingu a souvisejících personálních činností, představila situaci ve vybrané organizaci, provedla vlastní šetření, vyvodila jisté závěry a vypracovala určitá doporučení pro zlepšení.

Výsledné hodnocení ovlivnila nižší odborná, formální i jazyková úroveň práce.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

#### Otázky k diskusi:

- Které aktivity personálního marketingu jsou důležité pro budování dobrého jména zaměstnavatele?
- Které zkušenosti s personálním marketingem ve vybrané organizaci by bylo možné využít i v jiných organizacích?

Datum: 20.5.2018

Podpis: