

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Employer branding a HR marketing ve společnosti ManpowerGroup
Jméno autora:	Gabriela Koděrová
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Projektové řízení inovací v podniku
Oponent práce:	Ing. Nikola Makovská
Pracoviště oponenta práce:	ManpowerGroup, s. r. o.

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Práce se opírá o novodobé trendy v rámci zviditelnění firemní značky. Téma má široký dosah v rámci vlivu sociálních sítí či portálu sloužícímu k hodnocení firem (Atmoskop). Práce vyváženě kombinuje teoretické vysvětlení dále používaných pojmů a opírá se o získaná data z několika zdrojů. Náročnost práce hodnotím jako středně náročnou, a to hlavně díky dostupnosti informací a autorky vlastního přesahu do zkoumané firmy.	

Splnění zadání	splněno
<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>	
Závěrečná práce z mého pohledu splnila předepsané zadání, a to jak po stránce obsahové, tak i v rámci svého rozsahu a přínosu. Autorka se však mohla více zaměřit i na možná úskalí při budování Employer Brandingu či příkladů z firem, které mají nejsilnější značku na českém trhu (např. Coca-Cola, Nestlé či Kofola) .	

Zvolený postup řešení	správný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Teoretická část je po obsahové stránce dostačující a zahrnuje všechny podstatné informace. Praktická část se opírá o konkrétní data a tendence vyplývající z dotazníkového šetření. Dotazník bych doplnila o další, otevřené, otázky, např. jak zaměstnanci vnímají interní HR marketing nebo jejich případné náměty na zlepšení zviditelnění na trhu. Výsledky dotazníkového šetření mohou posloužit internímu HR a marketingovému oddělení jako odrazový můstek k dalšímu zefektivnění. Jako dalším nástrojem byla v práci použita SWOT analýza, která v sobě skrývá několik potenciálních příležitostí. V práci však postrádám autorky konkrétní návrh v rámci zefektivnění či zlepšení dosavadního fungování HR marketingu – jsou zde je doporučené příležitosti. Autorkou mohla být v další kapitole praktické části vypracována koncepce pro např. zefektivnění fanouškovské základny na Facebooku či Instagramu – aby se navýšila četnost příspěvků, reakcí i celého dosahu sdíleného obsahu.	

Odborná úroveň	A - výborně
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Diplomová práce dokládá velmi dobrou odbornou úroveň autorky včetně znalostí metodiky. Autorka zde využila několika nástrojů pro např. sledování dosahu sdílených příspěvků na sociálních sítích, které dokázala výborně zformulovat a zaznamenat do přehledných grafů. Z práce je viditelná samostatnost autorky a její přesah do analyzované společnosti, čímž práce působí velmi autenticky.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce

B - velmi dobře

Posudte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posudte typografickou a jazykovou stránku.

Formální i jazyková úroveň je v práci velmi dobrá. Rozsah práce je vzhledem k zadání a tématu dostatečný a účelný.

Výběr zdrojů, korektnost citací

A - výborně

Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posudte, 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.

Vybrané zdroje byly v rámci tématu zvoleny správně a smysluplně. Převažují zde internetové zdroje, ale vzhledem k tématu diplomové práce považují tento poměr literatury a internetu za logický a v pořádku.

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.

Práce odpovídá svému zadání a rozsahu. Na toto obsáhlé téma by šlo jistě navázat dalšími průzkumy či konkrétními koncepcemi, avšak vzhledem k dodržení rozsahu považují tuto diplomovou práci za velmi užitečnou a konkrétní.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

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

Autorka diplomové práce využila svých odborných znalostí, které získala během studia, a aplikovala je přímo uvnitř analyzované společnosti. Pro zvolené téma si vybrala největší personální společnost v České republice, která na svém brandu a HR marketingu usilovně pracuje a do této chvíle žádné vyhodnocení Employer branding, či HR marketingu, ve firmě neproběhlo. Velmi se mi líbí, že při analýze konkurence autorka zvolila k porovnání i další subjekt než jen konkurenční personální agentury (konkrétně firma KPMG). Taktéž pozitivně hodnotím zapojení zaměstnanců společnosti ManpowerGroup při dotazníkovém šetření.

Otázka č.1: Jak si myslíte, že pandemie covid19 ovlivnila fungování a vývoj Employer branding v České republice?

Otázka č.2: Jaká prvotní doporučení byste dala malé společnosti, která se chce zviditelnit na pracovním trhu? Které nástroje by měla vybudovat pro pevné základy pro rozjezd jejího Employer branding? Je něco, čeho by se v počátku měla společnost vzdát či vyvarovat? Jaká úskalí jí v začátcích mohou zkomplikovat rozvoj budování značky na trhu?

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

Datum: 17.8.2020

Podpis:

