

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Komunikační strategie při náboru studentů</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Nikola Vrtilšková (460702)</b>
<b>Typ práce:</b>	diplomová
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<p>Autorka práce předkládá k obhajobě závěrečnou práci věnovanou komunikační strategii při náboru studentů.</p> <p><b>Autorce lze vytknout, že se v rámci práce nedrží schváleného zadání a cíl práce není v rámci práce řádně a jasně definován,</b> protože:</p> <p><b>1/ zadání:</b> „Cílem DP je návrh řešení na zlepšení komunikačních strategií na základě získaných dat. Námět na nový způsob komunikace.“</p> <p><b>2/ abstrakt:</b> „Práce se v teoretické i praktické části zabývá komunikací při náboru studentů z hlediska marketingu. Definuje rozdíly mezi vnímáním studentů a manažerů. Zároveň práce odhaluje způsoby komunikace, které studenti a manažeři považují za nevhodnější. Dalším výzkumným bodem bylo zjištění, jaké faktory přitahují studenty a podle čeho si vybírají svého zaměstnavatele.“</p> <p><b>3/ úvod práce:</b> „Cílem výzkumné části bylo zjistit, jak se firmy snaží dostat do povědomí studentů, jakými způsoby s nimi komunikují, a jak se je snaží upoutat v roli atraktivního zaměstnavatele. .... Hlavním cílem diplomové práce bylo porovnat názory HR manažerů s realitou, tedy s názory studentů. Výsledkem je nalezení nevhodnějšího způsobu komunikace se studenty vysokých škol pro firmy. Nalezení takové komunikační strategie, která bude nejefektivnější, co se času a nákladů týče a zároveň nejpřívětivější pro cílovou skupinu.“</p> <p>Z výše uvedeného lze odvodit, že autorka chce zmapovat současný stav komunikační kampaně s cílem akvizice nových zaměstnanců v rámci cílové skupiny student - vysoké školy. Dále chce navrhnout opatření, která promítné do návrhu nové komunikační kampaně. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít i analyzovat interní informace vybraných společností a zkušenosti z praxe. Data pro tuto práci byla získána nereprezentativní marketingovou sondou (kvalitativní a kvantitativní částí).</p> <p>Zadání závěrečné práce je z pohledu diplomové práce průměrně náročné.</p>	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s většími výhradami</b>
<p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání jen velmi okrajově. V rámci kapitoly 11 (Návrhy na zlepšení marketingové komunikace) autorka představuje jen sadu doporučení, která svou úrovní neodpovídají diplomové práci. Návrhová část diplomové práce jedle názoru oponentky nepřijatelná.</p>	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>částečně vhodný</b>
<p>Práce nemá logickou stavbu. Autorka v rámci teoretické části práce nerespektuje základní principy marketingu. Lze konstatovat, že v rámci teoretické části práce je ukotven zcela neuspořádaný a nelogický teoretický rámec. V praktické části autorka předstírá, že aplikuje definované pojmy. V kapitole 9 a 10 je prezentována nereprezentativní marketingová sonda a kvalitativní rozhovory. Není metodicky ukotveno. Získané informace z výzkumu jsou hodnoceny pouze na základní úrovni a využití typů grafů jsou rovněž na základní úrovni.</p>	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>E - dostatečně</b>
Odborná úroveň práce je pouze na dostatečné úrovni. Hloubka provedené rešerše literatury je v rámci jednotlivých částí teoretické části práce neodpovídající. Analytická část práce taktéž neodpovídá standardu – tj. návrhu komunikační strategie pro vybraný cílový trh.	
<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>E - dostatečně</b>
Jazyková úroveň práce je v souladu s požadavky na závěrečnou práci. Rozsah práce je odpovídající. Práci lze vytknout nedostatečnou redakci a značné formální nedostatky v rámci teoretické části práce (osnova práce na dvě strany - kapitoly o jednom odstavci jsou pro daný typ textu nevhodné – časté formátové nedostatky písma).	
<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>C - dobře</b>
Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autorka využila standardní počet zdrojů. Citační korektnost, bibliografické citace jsou uvedeny úplné a v souladu s citačními zvyklostmi i normami. Autorce lze vytknout formát citovaných zdrojů v seznamu literatury.	
<b>Další komentáře a hodnocení</b>	

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

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce jen částečně. Oponentka práce považuje teoretickou část práce za podprůměrnou a aplikační část za nedostatečnou. Redakce práce a formální stránka je zcela nedotažená.

**Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm E - dostatečně. Nechávám na zvážení komise, do jaké míry kapitola 11 a celá návrhová část diplomové práce odpovídá požadavkům a stanoveným cílům diplomové práce.**

#### Otázky k obhajobě:

A/Navrhujete: „naleznout nejtalentovanější studenty a ty si udržet“.

- 1/Jak by měl podnik postupovat, aby zjistil, jak je určitý student talentovaný?
- 2/ Jak by podnik mohl naleznout ty nejtalentovanější studenty?
- 3/Jak má podnik postupovat, aby si udržel ty nejtalentovanější studenty?

B/ Představte komisi:

- 1/ Jaký je současný stav komunikační kampaně (komunikace) Vámi analyzovaných společností?
- 2/ Jaká jsou Vámi navržená opatření?
- 3/ V základních obrysech představte návrh nové komunikační kampaně s Vámi definovaným cílem, benefity a parametry měření úspěšnosti.

Datum: 20.8.2020

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph. D.