

## POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno a příjmení studenta:** Barbora Bílková  
**Název bakalářské práce:** Personální marketing ve firmě a jeho vliv na firemní kulturu  
**Rok odevzdání:** 2015  
**Studijní obor:** Personální management v průmyslových podnicích

**Jméno a příjmení**

**vedoucího BP:** PhDr. Markéta Šnýdrová, Ph.D.

**Slovní hodnocení celkové úrovně a přínosu práce:**

Předložená bakalářská práce se zabývá personálním marketingem ve firmě a jeho vlivem na firemní kulturu. Téma práce je možno považovat za aktuální a přínosné.

Hlavním cílem bakalářské práce je návrh doporučení v oblasti personálního marketingu ve firmě. Autorka si stanovila také několik dílčích cílů, kterými jsou: provedení obsahové analýzy teoretických přístupů k personálnímu marketingu a jeho prolínání do firemní kultury; porovnání teoretických poznatků s praxí konkrétní firmy. Práce je klasicky členěna na teoretickou a praktickou část. Teoretická část definuje jednotlivé přístupy k personálnímu marketingu a všem činnostem, které s ním souvisejí. V praktické části je prostřednictvím provedeného šetření (zkoumání vnitropodnikových dokumentů, nestrukturovaných rozhovorů, průzkumu nezávislé Asociace Studentů a Absolventů, která provedla průzkum v oblasti zaměstnavatelů první volby napříč obory působnosti a vlastního šetření autorky práce mezi studenty a absolventy) popsána situace firmy v oblasti personálního marketingu.

Teoretická část je zpracována na základě obsahové analýzy zdrojů. Autorčina práce s literaturou je dobrá. Práce má charakter souvislého textu, který vychází z dostatečného množství v práci řádně citovaných pramenů. Autorka se snaží porovnávat názory a pohledy jednotlivých autorů, což je pozitivní. Celkově lze říci, že teoretická část je zpracována adekvátně a poskytuje dostatečný vhled do zkoumané problematiky. Praktická část je pak aplikací teoretických poznatků v konkrétní společnosti – STRABAG. Autorka řádně společnost představila, poté se zabývala jejím personálním marketingem a rozбором vnitropodnikových dokumentů a průzkumu výše jmenované nezávislé asociace. Vlastní šetření autorky spočívalo v provedení a vyhodnocení ankety (128 respondentů) a v provedení nestrukturovaného rozhovoru, který je řádně uveden v doslovném znění v příloze práce. Doporučení je možno považovat za relevantní, cíl práce za splněný.

Práce po obsahové i formální stránce splňuje požadavky kladené na bakalářský úkol a proto ji doporučuji k obhajobě.

<b>Celkové hodnocení BP</b> (HODNOCENÍ VYZNAČTE „X“ V PŘÍSLUŠNÉM POLÍČKU)	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>
	výborně	velmi dobře	dobře	uspokojivě	dostatečně	nedostatečně
Přístup autora k řešení zadané problematiky (iniciativa, samostatnost, komunikace s vedoucím práce, originalita)	X					
Jazyková úroveň (pravopis, stylistika, práce s odborným jazykem)		X				
Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, dodržení normy ČSN ISO 690, teoretické zázemí autora)	X					
Úroveň formálního zpracování (členění práce, průvodní a poznámkový aparát, přílohy, grafika atd.)		X				
Adekvátnost využitých metod práce		X				
Splnění cílů práce		X				
Vyváženost teoretické a praktické části, vzájemná návaznost jednotlivých kapitol a subkapitol	X					
Odborný přínos práce	X					
Využitelnost práce v praxi		X				
Prezentace závěrů		X				
<b>Navrhovaná výsledná klasifikace BP</b>		<b>X</b>				

**Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:**

1. V čem vidíte hlavní přínos dobře prováděného personálního marketingu?
2. Jaké důsledky má špatně prováděný personální marketing?
3. Které z Vámi formulovaných doporučení považujete za nejdůležitější a z jakého důvodu?

**Práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz i na základě jiných zdrojů:**

**ANO**

**Doporučení práce k obhajobě:**

**ANO**

Datum: 10.5.2015

Podpis: