

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Employer Branding: marketingový přístup k HR

Autor diplomové práce:

Kristýna Kollerová

Cíl diplomové práce:

Vyjasnit podstatu a přínos marketingového přístupu v HR, analyzovat obsah a provázanost interního a externího HR marketingu a to aplikovat ve společnosti Nutricia.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Náročnost tématu na znalosti	9
3. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
5. Práce s literaturou, citace	8
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos studenta	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	92
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení, doplňující otázky či poznámky:

Práci celkově považuji za velmi zdařilou, představující téma HR marketingu praktickým a atraktivním způsobem. Ke konkrétnějším poznámkám uvádím: Přínos první kapitoly Psychologické a sociologické aspekty ... jsem úplně nepochopil. Působí dojmem výtahu z knihy Bedrnová, Nový a kol. (2007) s ne zcela jasným napojením na téma diplomové práce a s nejasnou přidanou hodnotou. Navazující kapitola o HR marketingu je již znatelně přínosnější, jasně a přehledně tuto oblast představuje. Navíc kombinuje odborné poznatky s praktickým a reálně využitelným pohledem na dané téma. Je vysoce aktuální. Práce se zdroji je na poměrně slušné úrovni. Trochu mi chybí aktuální odborné články s vědecky potvrzenými zjištěními, místy podle mne odkaz na zdroje chybí (např. str. 34 věrnost značce - je jen těžko zcela výtvořem autorky). Místy se v práci objevují překlepy, např. celý odstavec na str. 69 a 71 je v práci uveden dvakrát. Drobné připomínky mám k metodice: Návratnost by se měla uvádět i jako počet oslovených / vyplněné dotazníky, nikoli jen jako klik / vyplněné dotazníky. Dále hypotézy tak, jak byly stanoveny, je těžké prokázat. Není jasné, na základě čeho byly potvrzeny. Např., že jsou principy HR marketingu v ČR uváděny do praxe je těžké prokázat na základě několika HR marketingových článků a výzkum v Nutricii to moc nepotvrdil. Otázka k obhajobě: Trochu jsem postrádal doporučení Nutricii ve smyslu strategie HR marketingu. Jaká jsou tedy hlavní strategická doporučení Nutricii mimo nutné změny prezentace na webu?

Jméno oponenta diplomové práce:

Martin Lukeš

Pracoviště oponenta diplomové práce:

KPSŘ VŠE

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.

12. květen 2011

podpis oponenta diplomové práce