



Posudek vedoucího bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Efektivita nástrojů komunikace v HR marketingu

Autor bakalářské práce:

Doan Ngoc Han

Cíl bakalářské práce:

Analyzovat nástroje marketingové komunikace v HR a jejich efektivitu. Následně navrhnout doporučení pro možné změny v použití těchto nástrojů.

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	6
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	8
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	8
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	7
6. Logická stavba a členění práce	7
7. Jazyková a terminologická úroveň	7
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešení problematice	8
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	6
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	76
Výsledná známka	velmi dobře (2)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Předložená bakalářská práce se zabývá jednou z oblastí personálního marketingu, a to marketingovou komunikací v HR. V první části se snaží vymezit zkoumanou problematiku na základě využitých zdrojů, kdy vymezuje komunikační mix a zasazuje jej do kontextu celého HR marketingu v organizaci. Druhá část se již věnuje řešení vymezeného cíle. Ocenit je třeba samotný přístup k řešení dané problematiky a provedení dotazování na relativně velkém souboru respondentů. Samotné výstupy v podobě poziční mapy přinášejí zajímavé závěry. Ty se však týkají spíše obsahu a momentů, které by bylo třeba komunikovat směrem k vybrané cílové skupině, než samotné efektivity jednotlivých nástrojů marketingové komunikace, ke které směřuje cíl této práce. Tento aspekt je možné vedle určitých jazykových a stylistických nedostatků a celkové nepřehlednosti analytické části hodnotit jako jednu z výrazných slabých stránek předložené práce. Předložená bakalářská práce vyhovuje formálním i obsahovým požadavkům, proto ji doporučuji k obhajobě. 1/ Na jakých faktorech závisí obsah sdělení komunikovaného směrem k cílové skupině potenciálních zaměstnanců? Jak tento obsah ovlivňuje efektivitu jednotlivých nástrojů využitých v marketingové komunikaci? Vysvětlete na příkladu zkoumané organizace.

Jméno vedoucího bakalářské práce:

Ing. Marek Stráteský, Ph.D.

Pracoviště vedoucího bakalářské práce:

KP