

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Využití vhodných nástrojů brand managementu v řízení značky zaměstnavatele

Autor diplomové práce:

Bc. Vera Khlebnikova

Cíl diplomové práce:

Cílem práce je analyzovat nástroje brand managementu z pohledu možností a způsobu jejich efektivního využití v řízení značky zaměstnavatele a prostřednictvím sekundárního a primárního výzkumu analyzovat proces řízení employer brandu v prostředí vybraných českých společností. Výsledkem práce je zmapování employer brandingů největších českých podniků a návrh doporučení do budoucna.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	8
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
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	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	5
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	7
9. Vlastní přínos k řešení problematice	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	84
Výsledná známka	velmi dobře (2)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autorka si pro svou práci zvolila aktuální problematiku řízení značky zaměstnavatele. V teoretické části autorka shrnuje klíčové koncepty branding, následně provádí velmi obsáhlou rešerši zahraniční odborné literatury a výzkumů v oblasti řízení značky zaměstnavatele. Tato část práce je velmi kvalitně zpracovaná a zpracovaný souhrn představuje jeden z významných přínosů této práce. V praktické části se poté autorka prostřednictvím případové studie společnosti SAP snaží identifikovat klíčové aspekty řízení značky v prostředí B2B, následně pak provádí dotazníkové šetření mezi studenty, které se snaží zhodnotit význam atributů zaměstnavatele pro výběr zaměstnání. V části věnované SAP analyzuje konkrétní nástroje a propojuje je s koncepty popsány v teoretické části, závěrem syntetizuje zjištěné skutečnosti a formuluje hlavní doporučení. Oceňuji, že pro dotazníkové šetření autorka využila relevantní zahraniční výzkumy a že se závěrem práce zamýšlí nad možnými směry výzkumu. Kvalitu práce bohužel sráží velké množství pravopisných a formálních chyb. Otázky k obhajobě: 1) str. 28 – jaké odlišnosti a podobnosti vnímáte mezi modelem platformy značky zaměstnavatele od Mosleyho a modelem identity značky od Kellera ze str. 15? 2) Str. 63 - jakým způsobem byste řešila výzvy, se kterými se společnost SAP potýká? 3) Liší se závěry vašeho dotazníkového šetření od výzkumu, který vás inspiroval a případně z jakých důvodů?

Jméno vedoucího diplomové práce:

Ing. Martin Machek, Ph.D.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

Katedra marketingu