

# Posudek vedoucího bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Mezinárodní obchod**

Akademický rok: **2016/2017**

Název práce: **Employer branding jako nástroj personální činnosti ve firmě AIMTEC a.s.**

Řešitel: **Johana Amlerová**

Vedoucí práce: **Ing. Iveta Němečková, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Roman Vokálek**

|    | Hlediska                            | Stupeň<br>hodnocení |
|----|-------------------------------------|---------------------|
| 1. | Stupeň splnění cíle práce           | <b>2</b>            |
| 2. | Logická stavba práce                | <b>1</b>            |
| 3. | Práce s literaturou, citace         | <b>1</b>            |
| 4. | Adekvátnost použitých metod         | <b>2</b>            |
| 5. | Hloubka analýzy ve vztahu k tématu  | <b>2</b>            |
| 6. | Vlastní přístup k řešení            | <b>1</b>            |
| 7. | Formální úprava práce               | <b>1</b>            |
| 8. | Jazyková a stylistická úprava práce | <b>2</b>            |

## Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autorka bakalářské práce precizně zpracovala teoretickou část, ve které vymezuje pojmy employer branding (vnitřní a vnější) a uvádí odlišnosti od personálního managementu, k čemuž využívá dostatečný počet zdrojů.

V praktické části své práce se zabývá analýzou aktivit společnosti AIMTEC, a.s., v oblasti employer branding. Vysoce hodnotím zejména provedené dotazníkové šetření, které realizovala zejména mezi studenty technických oborů, a zpracování výsledků šetření do přehledných grafů.

S autorkou bych polemizovala ohledně jejího názoru na konkurenci společnosti AIMTEC (z pohledu zaměstnavatele); konkurencí pro společnost AIMTEC nemusí být pouze velké firmy a společnosti, které působí v Plzni a okolí. Mnohdy právě malé firmy, pružné a odborně na výši dokáží získat kvalitní zaměstnance i z velkých a na trhu zavedených společností. Rovněž tak vzdálenost stávajícího bydliště zaměstnanců od zajímavých pracovních příležitostí bych nevnímala jako zásadní problém, proto bych viděla konkurenci z hlediska zaměstnavatelského pro společnost AIMTEC i dále, než v Plzni a jejím okolí, kde společnost AIMTEC sídlí. Velikost firmy a její sídlo nepatří mezi zásadní kritéria při výběru zaměstnání, obzvláště ne u IT specialistů, což dokazuje praxe i průzkumy motivace zaměstnanců, ale rovněž i autorčin průzkum

Předložená bakalářská práce splňuje nároky kladené na tento druh kvalifikačních prací a poskytuje společnosti AIMTEC, a.s., zpětnou vazbu na účinnost jejích aktivit v oblasti employer branding.

Otázky doporučené k závěrečné obhajobě bakalářské práce:

1) Mohla byste shrnout, jak s problematikou employer branding pracují konkurenční firmy společnosti AIMTEC (např. společnost Škoda Transport, která, jak vyplývá z vašeho průzkumu, nejvíce zaujala respondenty)?

2) O co opíráte své doporučení, které uvádíte v Závěru své bakalářské práce, přestěhovat společnost do větších prostor? Zaznamenala jste tuto potřebu mezi respondenty, u vedení společnosti apod.?

**Závěr:** Bakalářskou práci **doporučuji k obhajobě.**

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 12. 5. 2017

**Ing. Iveta Němečková, Ph.D.**  
vedoucí práce