

## POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Název práce:** Regionální marketingová komunikace společnosti Vivantis

**Autor práce:** Andrea Nejedlá

1. Práce odpovídá zadanému tématu a osnově	5 (max. 5)
2. Autor uplatnil znalosti nabyté studiem na DFJP	5 (max. 5)
3. Autor použil adekvátní odbornou literaturu	4 (max. 5)
4. Naplnění cíle práce	10 (max. 10)
5. Autor postupoval při zpracování iniciativně a samostatně	8 (max. 10)
6. Jazyková úroveň práce (sloh, gramatika)	7 (max. 10)
7. Formální úroveň práce (úprava, přehlednost, správnost citování)	9 (max. 10)
8. Při zpracovávání práce autor dodržoval předepsané termíny	8 (max. 10)
9. Autor využíval konzultací a řádně zapracoval připomínky vedoucího práce	14 (max. 15)
10. Celková odborná úroveň práce	17 (max. 20)

Celkový počet bodů: 87 (max. 100)

**Hodnocení bakalářské práce:**

**B - výborně minus**

V Pardubicích 05.08.2020

Ing. Dalibor Gottwald, Ph.D.

### **Případný komentář k výše uvedenému hodnocení:**

Předložená bakalářská práce Andrey Nejedlé se zabývá velmi zajímavou problematikou, a sice marketinkovou komunikací ve vztahu k uchazečům o zaměstnání ve společnosti Vivantis. Dané téma je v současné době také velmi aktuální a to z důvodu, že velká část podniků se v současné době potýká s nedostatkem kvalifikovaných pracovníků a v neposlední řadě řeší také problém s fluktuací zaměstnanců. Autorka si hned v úvodu BP (s. 9) správně stanovila cíl, který je možné na základě obsahu jednotlivých kapitol považovat za jednoznačně naplněný. BP je rozdělena do tří kapitol, které na sebe logicky navazují a které jsou vyvážené z hlediska rozsahu. Za velmi kvalitní část BP považuji druhou kapitolu, kdy autorka využívá celou řadu metod, s jejichž využitím analyzuje současný stav marketingové komunikace společnosti Vivantis, a to se zaměřením na marketingovou komunikaci ve vztahu k uchazečům o zaměstnání. Zvolenou metodologii považuji za velmi vhodnou, stejně jako samotnou aplikaci jednotlivých metod v rámci této části práce. Na základě této skutečnosti je možné vnímat relevanci výstupů provedené analýzy. V rámci třetí kapitoly jsou navržena opatření pro zlepšení stavu marketingové komunikace společnosti Vivantis. Uvedená opatření jsou opět správně zaměřena na marketingovou komunikaci ve vztahu k uchazečům o zaměstnání. Po formální stránce je BP zpracována přehledně a samotný text je také vhodně doplněn o obrázky a tabulky. V textu BP se občas objevují překlepy a těžkopádnější formulace, které však nemají zásadní vliv na celkovou odbornou úroveň práce. Na základě výše uvedeného komentáře je zřejmé, že Andrea Nejedlá předložila kvalitní text BP, který jednoznačně splňuje požadavky kladené na kvalifikační práce daného typu. Na základě výše uvedeného hodnocení navrhuji předloženou BP hodnotit klasifikačním stupněm B – výborně minus.

Bakalářská práce prošla kontrolou plagiátorství a na základě výsledků je možné konstatovat, že práce nevykazuje známky plagiátorství.

- 1, Setkala jste se během zpracování práce s nějakými omezeními v důsledku šíření nemoci COVID-19?
- 2, Seznamte komisi s postojem představitelů společnosti Vivantis k Vámi navrhovaným opatřením ke zlepšení marketingové komunikace ve vztahu k uchazečům o zaměstnání.
- 3, V rámci prvního návrhu pojednáváte o propojení facebookových stránek společnosti Vivantis, kde uvádíte tři možné způsoby, jak toto propojení realizovat. Proč považujete propojení facebookových stránek prostřednictvím zveřejnění příspěvku, který by upozornil uživatele Facebooku na existenci stránky VIVALife za nejefektivnější způsob?

Poznámky:                    100 - 91 bodů = A - výborně                    70 - 61 bodů = D - velmi dobře minus  
                                     90 - 81 bodů = B - výborně minus                    60 - 51 bodů = E - dobře  
                                     80 - 71 bodů = C - velmi dobře                    50 - 0 bodů = F - nesplněno