

Posudek oponenta diplomové práce

Student: Bc. Aneta Dvořáčková
Název diplomové práce: Vliv CSR aktivit na budování dobrého jména podniku
Vedoucí práce: Ing. et Ing. Barbora Zemanová, Ph.D.
Oponent práce: doc. Ing. Michaela Kotková Stříteská, Ph.D.
Pracovní pozice oponenta: Ústav podnikové ekonomiky a managementu, FES UPCE

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Předložená diplomová práce je věnována zajímavému tématu vlivu CSR aktivit na budování dobrého jména podniku. Práce je dobře strukturována, jednotlivá témata na sebe logicky navazují. Vychází z dobře provedené literární rešerše, která je zpracována na základě velkého množství českých i zahraničních zdrojů. Analytická část je provedena pomocí dotazníkového šetření mezi zaměstnanci a zákazníky. Výsledky takto provedené analýzy jsou vhodně zhodnoceny a interpretovány. Současně jsou formulována doporučení, zejména pro komunikaci CSR aktivit vybrané firmy. Závěrem lze konstatovat, že cíl práce byl bezesporu naplněn. Vytknout lze jen zaměňování pojmů image podniku a dobré jméno a syntézu výsledků, která je provedena obecně a nevěnuje se příliš rozdílům ve výsledcích s ohledem na zaměstnance a zákazníky.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Jaký je rozdíl mezi pojmy image podniku a dobré jméno? A proč není vhodné je zaměňovat?
2. Jaké konkrétní aktivity byste zkoumané firmě doporučila provádět s ohledem na nejnovější trendy vývoje metody CSR?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.
Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **A**

V Pardubicích 16.1.2023

Podpis

Identifikace záznamu:
Agenda závěrečných prací

.....