

Posudek vedoucího práce

KOTALOVÁ, Adéla. *Externí personální marketing jako nástroj náboru v IT organizacích*. Praha, 2024. 96 s., 1 příloha. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra andragogiky a personálního řízení. Vedoucí práce: PhDr. Olga Běhounková, Ph.D.

1. Obsah a struktura práce

Posuzovaná diplomová práce Adély Kotalové míří do oborově relevantní problematiky personálního marketingu, kterou autorka zasadila do prostředí IT organizací. Jako cíl své práce si autorka stanovila „...identifikovat specifika externího personálního marketingu jako nástroje náboru v IT organizacích...“ (s. 7)

Práce má 96 stran hlavního textu a je rozdělena do pěti tematických kapitol, Úvodu a Závěru. Celý text je systematicky koncipován a přehledně členěn. První kapitola představuje personální marketing a charakterizuje vzájemnou provázanost interního a externího personálního marketingu, včetně komponentů marketingového mixu v personálním řízení. Pozornost věnuje online a offline nástrojům, metodám personálního marketingu a sumarizuje aktuální trendy na českém trhu práce v této oblasti. Ve druhé kapitole se zaměřuje ryze na externí personální marketing, jeho strategie a nástroje využívané v procesu náboru, dále na problematiku budování a posilování značky zaměstnavatele a její atraktivitu. Třetí kapitola je věnována pracovní pozici náboráře v IT sektoru, na kterou je zaměřeno autorčino empirické šetření. Čtvrtá kapitola obsahuje realizované empirické šetření, jehož cílem je „analyzovat externí personální marketing jako strategický nástroj využívaný v náborovém procesu v IT organizacích působících v České republice.“ (s. 59). Pátá kapitola je tvořena diskusí. Diplomová práce má jednu přílohu, a to dotazník k empirickému šetření.

Koncepci práce hodnotím jako adekvátně strukturovanou a vedoucí k naplnění cíle práce.

2. Odborná úroveň

Zpracování textu má odpovídající odbornou úroveň. V teoretickém rámci autorka prezentuje dosavadní poznatky k dílčím tématům práce a definuje klíčové pojmy, která jsou následně analyzována v empirickém šetření. Teoreticky zaměřené kapitoly přinášejí očekávaný obsah zpracovaný bez větších překvapení, hlavní pasáže jsou zaměřené na ústřední problematiku externího personálního marketingu, jeho nástroje a na specifickou pozici náboráře v IT sektoru, její specifika a požadované kompetence, postížen je také proces náboru IT pracovníků.

Součástí práce je původní kvantitativní šetření, které ve formulaci tří hypotéz vychází z teoretického rámce práce. Hodnotit jej lze jako odpovídajícím způsobem zakotvené a zacílené. Metodicky je rámcově zvládnuté, vytknout lze nižší reprezentativitu a problematickou operacionalizaci. Návržnost dotazníku čítajícího 26 otázek činí pouze 53 respondentů-zaměstnanců v IT organizacích působících v České republice. Pro zvýšení srozumitelnosti otázek v dotazníku lze pozitivně hodnotit vysvětlení pojmů z oblasti získávání pracovníků v organizaci (nábor, personální marketing a externí personální marketing) v jeho úvodní části. Dotazník má promyšlenou strukturu, byl autorkou členěn do čtyř tematických oblastí. Přináší aktuální pohled na řešenou problematiku a jeho výsledky autorka v šetření interpretovala, včetně dílčích transkripcí odpovědí respondentů (přehled pracovních pozic respondentů uvádí v Tabulce č. 3 na s. 64). Kladně hodnotím zpracování kapitoly Diskuse.

Formulovaný cíl práce a cíl šetření byl splněn. Z pohledu vedoucí práce hodnotím spolupráci s diplomantkou jako zdařilou, odehrávající se na bázi pravidelných konzultací.

3. Práce s literaturou

Soupis bibliografických citací obsahuje solidní počet 123 pramenů, včetně odpovídajícího zastoupení cizojazyčných zdrojů, které tvoří čtvrtinu z nich. Jde o reprezentativní výběr relevantní literatury, která dostatečně pokrývá celé zorné pole obsahového zaměření textu, vzhledem k zaměření textu převládají online portály (Alma Career, NSP), aktuální anglicky psané odborné články a studie, minoritně jsou zastoupeny odborné knižní publikace. Soupis obsahuje drobné překlepy.

4. Grafické zpracování

Z hlediska grafického zpracování je práce vypracována pečlivě a nevykazuje žádná závažnější pochybení.

5. Jazyková úroveň

Posuzovaná diplomová práce vykazuje odpovídající stylistikou i gramatickou úroveň. Použitý jazyk lze označit za čtivý a srozumitelný za využití odborné terminologie. Až na drobné formulační záležitosti a překlepy k práci nemám větších připomínek.

6. Podnět k rozpravě

Jak by autorka mohla na základě odpovědí získaných v rámci svého dotazníkového šetření charakterizovat specifika externího personálního marketingu v náboru IT pracovníků? Co by jeho základě doporučila IT organizacím, aby prezentovaly samy sebe jako atraktivního zaměstnavatele a odlišily se od ostatních?

7. Závěrečné hodnocení práce

Předložená diplomová práce je zaměřena na aktuální oborově relevantní problematiku. V teoretickém rámci ji autorka adekvátně zpracovala, jako problematiku lze hodnotit operacionalizaci autorčina šetření a prezentaci dat. Text doporučuji k přijetí k obhajobě s návrhem klasifikace „**velmi dobře**“.

V Praze 10. června 2024

PhDr. Olga Běhounková, Ph.D.