

Oponentský posudek diplomové práce

Název práce: Strategie personálního marketingu v Salesiánském středisku mládeže
Autor: Bc. Veronika Kadlecová
Posudek vypracoval: PaedDr. Petr Bauman, Ph.D.

Předložená diplomová práce je zajímavým příspěvkem k problematice personálního managementu, resp. marketingu neziskových organizací. Ačkoli se jedná pouze o studii jediného zařízení, může být relevantním obohacením poznání v dané oblasti. Cílem práce, který autorka uvádí v úvodu, je: „zjistit, zda strategie interního personálního marketingu Střediska splňuje svůj účel a vede ke stabilizaci jeho stávajících dobrovolníků.“ Přičemž je nutno podotknout, že ve vlastním šetření je těžiště kladeno na výpovědi samotných dobrovolníků, práce nezkoumá objektivní vazbu mezi zaváděním či realizací určité strategie personálního marketingu Střediska a fluktuací dobrovolníků ve středisku.

Jazyková a formální stránka práce, použité zdroje

Práce je psána čtivě, její stylistika odpovídá požadavkům odborného stylu. Při pročitání textu bylo možné narazit pouze na minimum překlepů či jazykových chyb, jazyková i formální stránka práce (s výjimkou drobností, jako je vynechaný prostor na s. 89–90) je pečlivá a celkově na vysoké úrovni. Seznam použitých zdrojů zahrnuje dostatečné množství relevantních položek; použité zdroje jsou citovány korektně. Požadavky kladené na rozsah diplomové práce byly mírně překročeny. Některé obecnější pasáže práce možná mohly být pojaty stručněji, nicméně žádná část práce není vyloženě zbytečná, a tudíž překročení stanoveného rozsahu nevidím jako problém.

Obsahová stránka práce

Práce je členěna do osmi základních kapitol. Jejich struktura se vzhledem k cílům práce jeví jako smysluplná, celkově tvoří kompaktní celek. Vzhledem k zaměření práce v textu postrádám zmapování dosavadních výzkumů na dané téma. Celkově je text práce na dobré úrovni, autorka se vyjadřuje logicky a srozumitelně.

Teoretická část práce nepřináší mnoho nového, spíše se jedná o kompilaci – nicméně dobře vybraných a relevantních – zdrojů. Autorka prokázala solidní vhléd do problematiky a při vlastním výzkumném šetření vycházela z dostatečně hlubokého zmapování teoretických souvislostí problému. Vlastní šetření bylo provedeno velmi pečlivě, oceňuji zejména dotažení výsledků nejen k prezentaci, ale také k interpretaci jednotlivých zjištění a jejich aplikaci v podobě doporučení pro další praxi zkoumaného Střediska.

Během obhajoby by autorka mohla odpovědět na tuto otázku: Jaký je rozdíl mezi *strategií* personálního marketingu a běžnou realizací personálního marketingu, která nemá charakter strategie? Existuje více variant takových strategií? Bylo by z vlastního šetření autorky možné usuzovat, že zkoumané Středisko realizuje určitou *strategii* personálního marketingu, nebo postupuje spíše „nestrategicky“?

Předloženou práci **doporučuji** k obhajobě; navrhuji hodnocení stupněm: „**výborně**“.

V Českých Budějovicích, 16. května 2013.

