



Bakalářská práce

Marketing na sociálních sítích

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá problematikou sociálních sítí jako způsob propagace začínající personální agentury. Cílem práce je nejprve založit personální agenturu a poté přijít na způsob, jak propagovat nově vznikající agenturu prostřednictvím sociálních sítí, která se snaží obsadit volné pracovní pozice skrz mnoha oborů a oslovit firemní sektor. Jednotlivé cíle jsou, založení agentury a všechny potřebné náležitosti, dále vyhotovení analýzy prostředí, do kterého nově založené personální agentury vstupují a následně zvolené sociální sítě a způsob, jak bude probíhat propagace na jednotlivých sítích. Závěrem práce je dotazníkové šetření, které ověří efektivitu navrhnutého způsobu propagace pracovních nabídek personální agentury a následně shrnutí s poznatky o potenciálním vylepšení.

Abstract

The bachelor's thesis deals with the issue of social medias as a way of promoting a beginning recruitment agency. The aim of the thesis is first to establish a recruitment agency and then to find a way to promote newly emerging agency through social media, which seeks to fill job positions across many fields and address the corporate sector. The individual goals will be the establishment of the agency and all the necessary requirements, as well as the preparation of an analysis of the environment in which the newly established recruitment agencies enter and the subsequently selected social networks and the way in which promotion of job positions will take place on individual networks. The conclusion of the work is a questionnaire survey, which verifies the effectiveness of the proposed method of promotion of the recruitment agency and then summary with knowledge about potential improvements.

Klíčová slova

Sociální sítě, online marketing, personální agentura, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn

Key words

Social media, online marketing, recruitment agency, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn

Cíl práce

Cílem práce je zjistit, zda sociální sítě jsou vhodným nástrojem pro hledání uchazečů na volná pracovní místa. Zjištění za pomoci modelové personální agentury a otestování návrhu marketingové komunikace na sociálních sítích skrze dotazníkové šetření.

Literatura

KOTLER, Philip. Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada, 2007

JANOUC, Viktor. Internetový marketing. 2. vyd. V Brně: Computer Press, 2014

KARLÍČEK, Miroslav. Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu. 2., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 2016

FORET, Miroslav. Marketingová komunikace. 3., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2011

Závěr

Výsledkem šetření jsou návrhy a doporučení, pro úpravu marketingové komunikace personální agentury pro efektivnější vyhledávání kandidátů na volné pracovní pozice