

# Personální marketing

Autorka: Annette Truxová  
Vedoucí práce: Ing. Martin Šikýř, Ph.D.  
ČVUT, MÚVS, PeM

Cílem této práce je prozkoumat a posoudit způsob uplatňování personálního marketingu v konkrétní firmě a navrhnout možná zlepšení v jednotlivých oblastech.

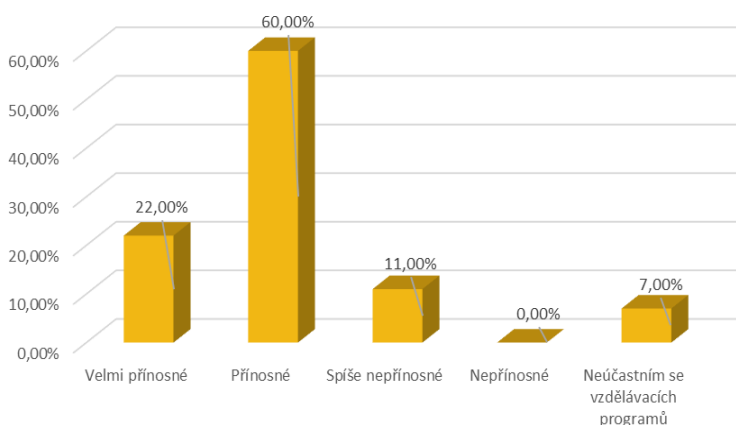
## Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá tématem personálního marketingu. Definuje tento pojem, popisuje některé jeho oblasti a nástroje a vysvětluje důležitost jeho uplatňování ve firmě z externího i interního hlediska. Teoretická část se zabývá podáním uceleného přehledu o významu personálního marketingu. V případě externího personálního marketingu je to budování značky zaměstnavatele, získávání a výběr zaměstnanců. V případě interního personálního marketingu potom interní marketingová komunikace a vzdělávání a rozvoj zaměstnanců. Tyto poznatky jsou využity v praktické části k popisu uplatňování personálního marketingu ve firmě XY. Praktická část je zpracována na základě prostudování interních materiálů firmy a dotazníkového šetření.

## Metodika

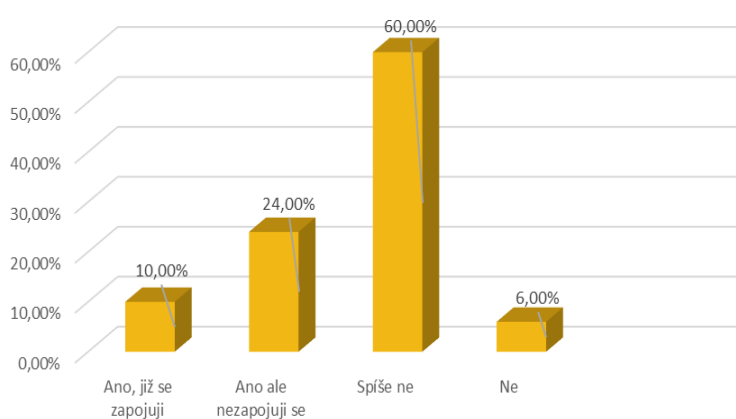
Na základě informací z interních materiálů firmy byla rovněž popsána oblast vzdělávání a rozvoje, na kterou bylo zaměřeno i realizované dotazníkové šetření. Tato oblast byla pro účel bližšího zkoumání zvolena, protože je autorkou vnímána jako jedna z klíčových oblastí, která je v IT firmě XY personálním oddělením řešena. Dotazníkové šetření obsahovalo dva dotazníky, jeden byl určen zaměstnancům všech oddělení firmy XY a druhý personálnímu oddělení. Důvodem použití dvou dotazníků bylo zjistit, zda oblast vzdělávání a rozvoje je vnímána stejně zaměstnanci i personálním oddělením.

Realizované vzdělávací a rozvojové programy považujete za:



Zaměstnanci jsou celkově s oblastí vzdělávání a rozvoje spokojeni. Nicméně po vyhodnocení jednotlivých dotazníků byla zjištěna nesourodost odpovědí zaměstnanců, kteří působí v IT oblasti a zaměstnanců oblastí, které s IT nesouvisí. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že zaměstnanci působící v IT oddělení jsou s realizovanými vzdělávacími a rozvojovými programy spokojenější než zaměstnanci jiných oblastí. Proto bylo jedním z návrhů ze strany autorky zavedení systematického plánování vzdělávacích a rozvojových programů pro zaměstnance mimo IT oblast.

Máte možnost se do plánování vzdělávacích a rozvojových programů zapojit?



K rozdílným odpovědím personálního oddělení a zaměstnanců došlo v případě otázky, zda mají zaměstnanci možnost se do plánování vzdělávání a rozvoje ve firmě zapojit. Podle personálního oddělení zaměstnanci tuto možnost mají, ale více než polovina zaměstnanců uvedla, že zde tato možnost není. Doporučením, které by mohlo být pro oblast vzdělávání a rozvoje velkým přínosem je dle autorky výraznější zapojení zaměstnanců do procesu plánování. Informovat zaměstnance o možnosti zapojit se a poskytnout jim tak prostor pro vyjádření podnětů a návrhů.

## Seznam použité literatury

ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR, 2015. *Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy*. 13. vydání. Přeložil Martin ŠIKÝŘ. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5258-7.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG, 2004. *Marketing*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0513-3.

KOUBEK, Josef, 2011. *Personální práce v malých a středních firmách*. 4., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3823-9.