

Marketingová komunikace při náboru studentů



Communication strategy in graduate recruitment

Autor práce:
Bc. Nikola Vrtišková

Vedoucí práce:
Ing. Dagmar Charvátová Ph.D.

Klíčová slova

Marketing, řízení lidských zdrojů, nábor zaměstnanců, marketingová komunikace, employer branding

Key words

Marketing, human resources, recruiting, marketing communication, employer branding

České vysoké učení technické
Masarykův ústav vyšších studií
2019-2020

Abstrakt

Práce se v teoretické i praktické části zabývá komunikací při náboru studentů z hlediska marketingu. Definuje rozdíly mezi vnímáním studentů a manažerů, zaměřuje se na hodnoty studentů při volbě zaměstnavatele.

Abstract

The goal of this thesis is to define the communication strategy of graduate recruitment. The point is to compare the different perceptions of students and managers. Thesis focuses on the values important to students when choosing an employer

187 studentů
2 HR manažeři



Employer Branding

Human Capital



Pouze **25,67 %** studentů najde zaměstnavatele na veletrzích

44 % studentů si jde na veletrh popovídat se zaměstnanci



Communication