



Bakalářská práce

Personální marketing organizace

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá tématem personálního marketingu. Jejím cílem je prozkoumat využití personálního marketingu v organizaci, určit oblasti, ve kterých by bylo možné personální marketing vylepšit a navrhnout vhodná optimální řešení. Teoretická část definuje a vysvětluje personální marketing jako celek, ale stejně tak definuje a popisuje jeho dílčí části, využívané metody a nástroje. Personální marketing je v teoretické části rozdělen do dvou oblastí na externí personální marketing, jehož součástí je získávání a výběr zaměstnanců a na budování značky zaměstnavatele. Druhou oblastí je interní personální marketing, který je zaměřen na hodnocení, odměňování, vzdělávání a rozvoj zaměstnanců a na péči o zaměstnance. Praktická část obsahuje představení společnosti, dále analýzu jejího personálního marketingu a vyhodnocení vlastního šetření. Výsledkem jsou návrhy a doporučení na optimalizaci využívání personálního marketingu v organizaci.

Klíčová slova

Řízení lidských zdrojů, personální marketing, personalistika, externí personální marketing, interní personální marketing, zaměstnanci, zaměstnavatel.

Abstract

The Bachelor thesis deals with the topic of personnel marketing. It aims to explore the use of personnel marketing in the organization, identify areas where personnel marketing could be improved and propose appropriate optimal solutions. The theoretical part defines and explains personnel marketing, but equally defines and describes its components, methods and tools used. Personnel marketing is in theoretical part divided into two areas, external personnel marketing, which includes recruiting and selecting employees and building the employer's brand. The second area is internal personnel marketing, which focuses on staff evaluation, remuneration, education, and development and on staff care. The practical part of the thesis includes a presentation of the company, an analysis of its personnel marketing and an evaluation of this investigation. The result is proposals and recommendations to improve the use of the organisation's personnel marketing.

Key words

Human resources management, personnel marketing, personnel management, external personnel marketing, internal personnel marketing, employees.

Cíl práce

Cílem práce je prozkoumat využití personálního marketingu ve vybrané organizaci, určit možné příležitosti pro zlepšení a navrhnout vhodná řešení.

Závěr

Výsledkem šetření jsou návrhy, které byly Organizaci XY doporučeny pro efektivnější využití personálního marketingu a mohou přispět k získání nových zaměstnanců a udržení stávajících.

Literatura

ARMSTRONG, M., TAYLOR, S. Řízení lidských zdrojů. Moderní pojetí a postupy. Praha: Grada Publishing, 2015.
BĚLOHLÁVEK, F. Jak vybrat správného člověka na správné místo. Praha: Grada Publishing, 2016.
DVOŘÁKOVÁ, Zuzana a kol. Řízení lidských zdrojů. Praha: C. H. Beck, 2012.
KOUBEK, J. Řízení lidských zdrojů: Základy moderní personalistiky. Praha: Management Press, 2015.