

PERSONÁLNÍ MARKETING V PIVOVARNICTVÍ

Masarykův ústav vyšších studií, ČVUT

Autor: Sára Sedláčková

Vedoucí práce: Ing. Daniel Toth, PhD.

2018

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zaměřuje na aplikaci personálního marketingu v pivovarnictví. Je rozdělena do dvou hlavních částí: části teoretické a části praktické. Teoretická část přesně definuje především pojem personální marketing a uvádí fakta z historie českého pivovarnictví, aby se následně v praktické části mohlo s pojmy personálního marketingu dále pracovat v kontextu pivovarnictví. Pomocí dotazníkového šetření se pak v praktické části analyzuje aplikace personálně-marketingových strategií v praxi a na základě aktuálních postupů v konkurenčních podnicích je vyhotoven návrh nejvhodnějšího řešení pro konkrétní nově vznikající podnik.

The topic of this bachelor thesis is personnel marketing in brewing. The thesis is divided into two parts: a theoretical and a practical one. The theoretical part defines mainly the term personnel marketing and describes the most important fact from the history of brewing so that it is possible to work with the concept of personnel marketing in the context of brewing. Using a specific questionnaire formed a base to discover and analyze the current methods in rival breweries and based on this data there is created a proposal of the most suitable personnel-marketing strategy for a newly opening brewery.

ENGLISH SUMMARY

Klíčová slova:

personální marketing
pivovarnictví
marketing
personalistika
dobré jméno zaměstnavatele
péče o zaměstnance
sládek
benefity

Key words:

personnel marketing
brewing
marketing
personnel management
good name of the employer
head brewer
benefits

