

Personální marketing v kontextu Public Relations

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou personálního marketingu společnosti XY. Práce je rozdělena do dvou částí, a to teoretické a praktické. Teoretická část obsahuje dvě hlavní kapitoly, které se zabývají Public Relations a ostatními nástroji komunikačního mixu a personálním marketingem. V praktické části je popsán současný stav personálního marketingu společnosti XY a provedena SWOT analýza za účelem navržení zlepšení v jednotlivých oblastech personální činnosti.

Abstract

According to Wikipedia, in academic publishing, a scientific journal is a periodical publication intended to further the progress of science, usually by reporting new research. There are thousands of scientific journals in publication, and many more have been published at various points in the past (see list of scientific journals). Most journals are highly specialized, although some of the oldest journals such as Nature publish articles and scientific papers across a wide range.

Metodika

Jako metodika byla použita SWOT analýza, která se zaměřuje na silné a slabé stránky společnosti a dále na příležitosti a hrozby.

Závěr

Cílem této bakalářské práce byla analýza HR marketingu vybraného podniku a vypracování nového konceptu obsahující návrhy na zlepšení v jednotlivých personálních oblastech. V praktické části této práce byly popsány dvě hlavní oblasti a to Public Relations a další nástroje komunikačního mixu a Personální marketing, jejichž pochopení a znalost bylo stěžejní pro potřeby této práce. Praktická část se poté věnovala samotné analýze současného stavu a komunikačním nástrojům personálního marketingu společnosti XY a dále byla vypracována analýza SWOT. V úvodu této části bylo přiblíženo fungování společnosti XY, které bylo důležité pro pochopení dalších souvislostí. Následoval podrobný popis současného stavu externího a interního marketingu včetně popisu komunikačních nástrojů v jednotlivých fázích personální činnosti. V další kapitole byly prezentovány výsledky SWOT analýzy, která byla prováděna z důvodu odhalení silných a slabých stránek organizace XY a zároveň rozpoznání příležitostí a hrozeb společnosti XY. Z analýzy současného stavu personálního marketingu společnosti XY a provedení analýzy SWOT vznikly návrhy na zlepšení v jednotlivých oblastech personální práce.

Autor práce: Klára Vojtová

Akademický rok: 2017/2018

Studijní obor: Personální management v průmyslových podnicích

Vedoucí práce: Ing. Petra Jílková, Ph.D.

ZDROJE

BARROW, Simon a Richard MOSELEY, 2005. The employer brand: bringing the best of brand management to people at work. 2nd ed., rev. and updated. Hoboken, NJ: Wiley. ISBN 978-0-470-01273-4

STEJSKALOVÁ, Dita, Iveta HORÁKOVÁ a Hana ŠKAPOVÁ, 2008. Strategie firemní komunikace. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-178-2

ĀOUBEK, Josef, 2007. Řízení lidských zdrojů: základy moderní personalistiky. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-168-3