

Tato práce informuje čtenáře o aktivitách a zajímavostech, které podnikají atraktivní zaměstnavatelé, aby přilákali potenciální zaměstnance a stabilizovali zaměstnance stávající. Práce shrnuje závěry převážně českých studií, které se věnují atraktivitě zaměstnavatelů a posuzování společností v oblasti personální politiky a provádění jednotlivých personálních činností podle různých kritérií. Zaměstnavatelé jsou hodnoceni názory zaměstnanců, odborníků na lidské zdroje a příbuzná témata, názory vedení, studentů, široké veřejnosti. Práce je popisným textem, který obecně vykresluje společnosti, které se snaží být nejlepším zaměstnavatelem a nabízejí tak v dnešní době bohatší pracovní prostředí, stále zajímavější benefity a hlavně sledují každou možnost, dříve než by nechali odejít kvalitního zaměstnance. Zaměstnanec potřebuje znát, kam organizace směřuje, proč si vytkla takové cíle a jaké přispění od pracovníků očekává. Je pro ně důležité znát, jak se budou na realizaci cílů podílet a jaký přínos to pro ně bude mít. Zaměstnanci velmi sledují činnost svého zaměstnavatele, jeho chování i výsledky. Práce rozebírá jednotlivé personální činnosti, které hrají významnou roli v identifikaci kvalitních zaměstnavatelů, a tím by mohla být i zajímavým materiálem pro pracovníky personálních útvarů, manažery nebo i pracovníky vedení, kteří přemýšlí o zkvalitnění své značky zaměstnavatele. Personální marketing je dnes výraznou činností, která má vliv na celkovou reputaci podniku. Práce je doplněna řadou tabulek, které dokumentují výsledky studií a informují tak o konkrétních jménech společností, které uspěly u odborníků, široké veřejnosti nebo studentů.