

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá personálním marketingem, který je jedním z moderních nástrojů propagace organizace jako zaměstnavatele a zároveň oborem, který propojuje personální řízení a marketing. Cílem práce je identifikovat specifika externího personálního marketingu jako nástroje náboru v IT organizacích. Pozornost je věnována nástrojům a metodám personálního marketingu využívaných zejména v procesech získávání a stabilizace zaměstnanců. Představeny jsou nástroje marketingového mixu v personalistice a aktuální trendy v této oblasti. Charakterizována je pracovní pozice náboráře v IT sektoru, její specifika a požadované kompetence na tuto pozici podle databáze NSP. Součástí práce je kvantitativní šetření, jehož cílem je analyzovat nástroje externího personálního marketingu v IT organizacích. Šetření bylo realizováno formou dotazníku a celkem se ho zúčastnilo 53 respondentů, kterými jsou zaměstnanci personálního oddělení v IT organizacích v České republice a v rámci své pozice zodpovídají za nábor, personální marketing, či další personální činnosti.

## **Klíčová slova**

personální marketing, externí personální marketing, nábor zaměstnanců, výběr zaměstnanců, technologické firmy, IT zaměstnanci