

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce se zabývá tématem personálního marketingu v oblasti získávání absolventů. V teoretické části objasňuje pojmy personální marketing, jeho prvky, nástroje a dělení, dále se věnuje personálnímu marketingu v kontextu sociálního systému organizace a zaměřuje se na specifika skupiny absolventů. Empirická část zkoumá, proč je pro organizace důležité získávat absolventy, které metody personálního marketingu zaměřeného na získávání absolventů k tomu využívají, jaká je strategie personálního marketingu v oblasti získávání absolventů a zda organizace vnímají nějaké nedostatky v dosahování strategie personálního marketingu zaměřeného na získávání absolventů.

Cílem práce je specifikovat zaměření personálního marketingu v oblasti získávání absolventů. Empirická část práce byla zpracována jako kvalitativní výzkumné šetření a bylo zjištěno několik zajímavých závěrů. Strategií personálního marketingu v oblasti získávání absolventů je stát se v očích studentů, budoucích absolventů, vyhledávaným zaměstnavatelem a budovat si tak pověst dobrého zaměstnavatele. K naplnění svých cílů v oblasti personálního marketingu zaměřeného na získávání absolventů používají organizace různé metody, mezi které nejčastěji patří veletrhy a workshopy. Pro organizace je důležité získávat absolventy například proto, že jsou nadšenými lidmi přinášejícími nové nápady, kteří chtějí něco dokázat, mohou motivovat stávající zaměstnance a zároveň být jimi motivováni.

**Klíčová slova:** personální marketing, absolventi, metody získávání absolventů