

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá tématem současných trendů v procesu získávání pracovníků v organizaci. Získávání pracovníků je důležitým procesem pro personalisty i pro celou organizaci a je řazeno mezi personální činnosti. Nejprve jsou v diplomové práci charakterizovány personální činnosti, zejména proces získávání pracovníků a jednotlivé kroky dané aktivity. Dále jsou přiblíženy nejnovější trendy v procesu získávání pracovníků, neboť trend rozvoje informačních technologií se promítá právě v uvedeném získávání pracovníků. Současná doba digitalizace a rozvoje informačních technologií přináší nové vymoženosti a nástroje, které lze využít nejen v samotném získávání pracovníků, ale i v dalších krocích nábory. Pozornost je především věnována způsobům, dílčím metodám a nástrojům, které jsou využívány v této oblasti u jednotlivých metod. Významná pozornost je zaměřena na budování značky zaměstnavatele a zároveň personálnímu marketingu. Personální marketing je důležitý prvek pro budování značky zaměstnavatele a je klíčový v rámci procesu získávání pracovníků. Budování značky zaměstnavatele je podstatnou aktivitou pro vytváření dobrého obrazu a povědomí potencionálnímu uchazeči. Součástí diplomové práce je popis výzkumného šetření, jehož cílem byla identifikace nejvíce využívaných nástrojů při získávání pracovníků v organizaci. V rámci výzkumného šetření jsou na základě teoretických východisek a dotazníkového šetření zodpovězeny tři výzkumné otázky. V závěru diplomové práce jsou výsledky výzkumného šetření zanalyzovány a zhodnoceny. Práce nabízí průzkum aktuálních trendů v získávání pracovníků a seznam užívaných metod a nástrojů.

KLÍČOVÁ SLOVA

personální činnosti, získávání pracovníků, značka zaměstnavatele, personální marketing, sociální sítě, mobilní aplikace, personální agentury