



CIELE PROJEKTU

1. Nadobudnúť vedomosti o oslovovaní a získavaní zamestnancov, nástrojoch získavania zamestnancov a o prvkoch tvorby hodnoty v podniku.
2. Pochopiť logickú nadväznosť medzi zamestnancami a trhom práce v súvislosti so získavaním zamestnancov.
3. Identifikovať nové nástroje oslovovania a získavania zamestnancov so zameraním na univerzitné prostredie a vedieť ich aplikovať do podmienok podniku a univerzity.
4. Zistiť preferencie potenciálnych uchádzačov o zamestnanie v oblasti ich oslovovania a získavania.
5. Vypracovať stratégiu oslovovania a získavania zamestnancov a implementovať ju v podniku.

PROBLÉM

Väčšina končiacich študentov si už počas štúdia našla prácu (sú „podchytení“ inými firmami). Problémom je, že spoločnosť Globesy nie je tak známa pre študentov iných fakúlt ako je FRI a tiež ten fakt, že študenti, ktorí pracujú popri škole v spoločnosti Globesy nie sú ochotní po skončení štúdia naďalej pracovať v Globesy.

DOTERAZ VYKONANÉ KROKY



ĎALŠÍ POSTUP PRÁCE



VÝSLEDKY ANALÝZY: IDENTIFIKOVANÉ TYPY POUŽÍVATEĽOV



VÝSLEDKY ANALÝZY: SPÔSOBY OSLOVOVANIA UCHÁDZAČOV



Spolupráca medzi univerzitou a podnikmi
stáže a praxe, súťaže, exkurzie, konferencie, účasť vo vedeckej rade



Umelá inteligencia
rýchla analýza informácií,
nestranné posudzovanie

Personálne agentúry
väčšie skúsenosti s
výberom, úspora času a
nákladov

Referral programy
odporúčania od
zamestnancov,
rýchlejší a lacnejší proces

Branding
šírenie posolstva značky,
zvýšený záujem o prácu

Inzercia
www.profesia.sk,
www.pretlak.sk