

ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA, O.P.S.

Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R087 Podniková ekonomika a management obchodu

**PERSONÁLNÍ MARKETING
ŠKODA AUTO a.s. -
NÁBOR A PÉČE O PRAKTIKANTY**

Barbora SVÁROVSKÁ

Vedoucí práce: doc. PhDr. Karel Pavlica, Ph.D.

Tento list vyjměte a nahrad'te zadáním bakalářské práce

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury pod odborným vedením vedoucího práce.

Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a v práci jsem neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Mladé Boleslavi dne

Děkuji doc. PhDr. Karlu Pavlicovi, Ph.D. za odborné vedení mé bakalářské práce, poskytnutí cenných rad a informačních podkladů. Dále bych ráda poděkovala paní Ing. Olze Grůšové za její rady.

Obsah

Seznam použitých pojmů, zkratek a symbolů.....	7
Úvod.....	8
1 Teoretická část	9
1.1 Personální práce ve společnosti	9
1.1.1 Řízení lidských zdrojů a personální řízení.....	9
1.1.2 Úloha personálního útvaru a personálního marketingu.....	9
1.1.3 Úloha personalistů.....	10
1.1.4 Analýza pracovníků	11
1.1.5 Analýza pracovních míst	11
1.1.6 Personální plánování.....	11
1.2 Výběr a získávání pracovníků	12
1.2.1 Získávání pracovníků	12
1.2.2 Výběr a přijímání pracovníků.....	13
1.2.3 Efektivní výběr pracovníků	13
1.3 Adaptační proces na pracovišti	13
1.3.1 Uvádění nových pracovníků do organizace.....	14
1.3.2 Pracovní prostředí.....	14
1.3.3 Zaměstnanecké vztahy	15
1.4 Péče o zaměstnance.....	15
1.4.1 Vzdělávání a rozvoj pracovníků	16
1.4.2 Odměňování pracovníků	16
1.4.3 Zaměstnanecké benefity	17
2 Analýza současného stavu	18
2.1 Společnost ŠKODA AUTO	18
2.1.1 Oddělení HR marketingu.....	18
2.2 Cíle praxí.....	19
2.3 Znaky praxe	19
2.3.1 Povinná/nepovinná praxe.....	20
2.4 Žádost o praxi, podmínky praxe	20
2.5 Žádost o praktikanta.....	21

2.6	Výběr praktikanta	21
2.7	Nástup praktikanta	22
2.8	Během praxe	22
2.8.1	Docházka	22
2.8.2	Odměňování.....	23
2.8.3	Řízení služebních vozů; služební cesty; přístupy do interních systémů společnosti.....	24
2.8.4	Benefity poskytované praktikantům.....	25
2.8.5	Zpětná vazba v průběhu praxe; Výkaz činnosti praktikanta	26
2.8.6	Prodloužení praxe	26
2.9	Ukončení praxe	27
2.10	Středoškolské praxe.....	27
3	Praktická část	28
3.1	Benchmarking	28
3.2	Benchmarkingový průzkum	28
3.3	Výsledky průzkumu a jejich interpretace	28
	Závěr	35
	Seznam literatury	37
	Seznam obrázků a tabulek.....	38
	Seznam příloh	39

Seznam použitých pojmů, zkratk a symbolů

atd.	a tak dále
aj.	a jiné
a.s.	Akciová společnost
cit.	Citace
h	hodina
HR	Human Resources (lidské zdroje)
kap.	Kapitola
Kč	Koruna česká
kol.	Kolektiv
např.	Například
obr.	Obrázek
resp.	Respektive
Sb.	Sbírky
SOU	Střední odborné učiliště
SŠ	Střední škola
str.	Strana
tzn.	To znamená
VOŠ	Vyšší odborná škola
VŠ	Vysoká škola

Úvod

Mladí odborníci jsou zárukou budoucnosti a správného fungování každé společnosti, proto by měla být jejich příprava a spolupráce s nimi v popředí zájmu každé společnosti. Právě z tohoto důvodu je organizování odborných praxí (dále jen „praxe“) stále důležitějším nástrojem, s jehož pomocí lze přilákat a dále rozvíjet potenciální zaměstnance. Toto je velice důležité pro udržení konkurenceschopnosti každé firmy.

Pro studenty je praxe velice často jejich první zkušeností s reálným pracovním prostředím a je velice důležitým nástrojem pro získání pracovních návyků.

Cílem bakalářské práce je zmapování spolupráce se studenty u vytipovaných společností na českém trhu, porovnání zjištěných skutečností s prostředím konkrétní společnosti a návrh případných optimalizací a nových řešení, které by mohly přispět ke zkvalitnění a dalšímu rozvoji praxí ve zkoumané společnosti. Práce se konkrétně zaměřuje na společnost ŠKODA AUTO a.s. (dále jen „ŠKODA AUTO“).

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část a celkem obsahuje tři kapitoly. První kapitola se zaměřuje na personalistiku a personální práci z obecného pohledu, resp. na úlohu personálního útvaru ve společnosti. Popisuje činnost tohoto útvaru od plánování personálních kapacit, přes nábor zaměstnanců po jejich další rozvoj a vzdělávání.

Druhá kapitola popisuje praxe konkrétně v prostředí ŠKODA AUTO. Práce je zde zaměřena na podrobný popis procesu fungování praxí, kdy velká část této kapitoly je věnována vysvětlení pojmu povinná a nepovinná praxe a dopadu těchto jednotlivých právních forem jak na praktikanty, tak na společnost. V této kapitole je také zmíněna spolupráce s žáky středních škol formou povinných středoškolských praxí.

Třetí kapitola volně navazuje definováním kritérií výzkumu a výzkumem samotným, na jehož základě jsou formulována stanoviska a doporučení. V práci je využita metoda benchmarkingu či osobního rozhovoru.

1 Teoretická část

1.1 Personální práce ve společnosti

Pro úspěch každé společnosti „... je v podmínkách globalizace a rychlých změn rozhodující, jaké lidi má, co umějí a chtějí dokázat ve svém pracovním životě a jaké pracovní podmínky pro ně může vytvořit“ (Dvořáková a kol., 2007, str. 10). V tomto kontextu zcela zřetelně vystává význam personální práce ve společnostech, firmách či organizacích. Mnohé z těchto subjektů považují lidské zdroje za vůbec nejcennější, čímž disponují a co mohou využívat.

1.1.1 Řízení lidských zdrojů a personální řízení

Pojmy **řízení** (neboli také management) **lidských zdrojů** a **personální řízení** znějí pro nezasvěceného pozorovatele téměř stejně či velmi podobně. Nicméně mezi nimi existuje značný obsahový i významový rozdíl. Oba pojmy je nutné chápat v širším kontextu personální práce v jednotlivých společnostech, firmách a organizacích.

Personální řízení „... vychází z uznání aktivní role personální práce, která je založena na poznatku, že významnou funkci pro zabezpečení prosperity a úspěšnosti organizace má její dobře vybraný, zformovaný, organizovaný a motivovaný personál“ (Dvořáková a kol., 2007, str. 5). Platnost tohoto tvrzení lze vztáhnout jak na subjekty ze soukromého komerčního sektoru, tak na organizace z veřejné sféry nebo na neziskové organizace.

Řízení neboli management lidských zdrojů se od personálního řízení odlišuje především svým přístupem k personální práci a důrazem na soulad zájmů podnikového managementu a všech zaměstnanců. Pojem lidské zdroje přitom upozorňuje na primární důležitost tohoto zdroje v porovnání s finančními a materiálními zdroji.

1.1.2 Úloha personálního útvaru a personálního marketingu

Michael Armstrong upozorňuje, že podle obvyklého pojetí řízení lidských zdrojů mají personální útvary poskytovat služby a býti nápomocni liniiovým manažerům, ovšem nesmí si uzurpovat úlohu liniiových manažerů v oblasti plnění úkolů

prostřednictvím pracovníků. „V praxi však personální útvar často hraje roli toho, kdo zabezpečuje důslednou realizaci personální politiky v celé organizaci, a v poslední době má i obtížnou povinnost zabezpečovat, aby byly důsledně uplatňovány litera i duch zákonů týkajících se zaměstnávání lidí“ (Armstrong, 2007, str. 98).

Plnění úlohy nastíněné výše však může vést v praxi k tomu, že si personální útvar přivlastňuje kontrolní pravomoc nad liniiovými manažery. Z toho jednoznačně vyplývá, že personální útvary musí nejenom plnit úkoly jim svěřené, tedy úkoly v personální oblasti, ale zároveň musí také vymezit svůj vztah k dalším složkám managementu.

Za personální marketing je možné považovat vše, co firmy činní pro přilákání, získání a udržení kvalifikovaných zaměstnanců. V širším pojetí se jedná o zajištění konkurenceschopnosti firmy a budování a udržení silné pozice na trhu. Koubek definuje personální marketing takto: „... použití marketingového přístupu v personální oblasti, zejména v úsilí o zformování a udržení potřebné pracovní síly organizace, které se opírá o vytváření dobré zaměstnavatelské pověsti organizace a výzkumu trhu práce“ (Koubek, 2007, str. 160).

1.1.3 Úloha personalistů

Úloha personalistů by měla spočívat především v realizaci tzv. **proaktivní role** neboli role iniciátora či **role reaktivní**, tedy role toho, kdo je nucen reagovat na vnější podněty a požadavky. Samozřejmě tato úloha velmi často spočívá v kombinaci obou uvedených rolích. Ovšem, jak Michael Armstrong upřesňuje, „... na strategické úrovni na sebe berou personalisté proaktivní roli ... rostoucí počet specialistů označených jako personalisté má dobrou kvalifikaci, je častěji zapojován do procesu strategického rozhodování a častěji pracuje na pracovištích, kde používají promyšlenější a složitější metody a postupy“ (Armstrong, 2007, str. 79).

Jako základní úlohu personalistů je však nutné označit poskytování služeb všem vnitropodnikovým klientům. Mezi tyto klienty náleží vedení, liniioví manažeři, vedoucí jednotlivých týmů nebo pracovních skupin a samozřejmě také řadoví pracovníci. Zmíněné služby zahrnují v podstatě všechny aspekty řízení lidských

zdrojů, tedy jejich plánování, získávání a výběr a dále pak rozvoj pracovníků, jejich odměňování, bezpečnost a obecně také zaměstnanecké vztahy.

1.1.4 Analýza pracovníků

V rámci analýzy pracovníků je nejdůležitější identifikovat veškeré vnitřní zdroje. Tyto zdroje tvoří především uspoření pracovníci, např. v důsledku využití produktivnějších technologií či lepší organizace práce, dále pak pracovníci uvolňovaní v souvislosti s ukončením určité činnosti, pracovníci schopní vykonávat náročnější či méně náročnou práci než doposud vykonávali a konečně pracovníci, kteří mají z nejrůznějších důvodů zájem přejít na uvolněné pracovní pozice (Koubek, 2007).

1.1.5 Analýza pracovních míst

Obecně lze konstatovat, že analýza pracovních míst představuje velmi důležitou činnost v rámci systému personálního řízení. Analýzu je třeba chápat jako první krok pro realizaci celé řady dalších personálních aktivit. Poskytuje např. informace nutné pro tvorbu popisů pracovních míst, ke specifikaci nároků na pracovníky a k identifikaci vhodných motivačních nástrojů (Koubek, 2007).

Analýza pracovních míst by v zájmu své efektivity měla obsahovat kromě výše uvedeného také analýzu využití kvalifikace pracovníků, analýzu využití fondu pracovní doby nebo hodnocení pracovního výkonu zaměstnanců, ale i odhady vnějších zdrojů pracovních sil atd.

1.1.6 Personální plánování

Je nutné zdůraznit, že personální plánování musí respektovat především to, že každý zaměstnanec má své vlastní cíle a plány, přičemž mnohé z nich jsou obvykle spojené s jeho prací a s příslušnou společností, firmou či organizací. Personální plánování by proto mělo především usilovat o sladění potřeb, zájmů a cílů zaměstnanců na straně jedné a o potřeby, zájmy a cíle společnosti, firmy či organizace na straně druhé. Subjekty, které si zakládají na dobré zaměstnanecké pověsti a které chtějí disponovat kvalitními motivovanými pracovníky, by měly

usilovat o to, aby v rámci personálního plánování svým zaměstnancům vycházely vstřícně a poskytovaly jim dostatečnou představu o tom, do jaké míry budou moci při výkonu své práce realizovat své vlastní pracovní, ale i životní a osobní plány (Koubek, 2007). Z tohoto pohledu lze konstatovat, že nejdůležitější součástí efektivního personálního plánování představuje plánování personálního rozvoje pracovníků.

1.2 Výběr a získávání pracovníků

Výběr a získávání „... zaměstnanců představuje personální činnost navazující na získávání pracovníků. Cílem výběru je identifikovat a vybrat mezi uchazeči o práci takové, kteří budou nejen výkonní, ale rovněž budou pro zaměstnavatele pracovat po dobu, která se u nich očekává, a nebudou jednat nežádoucím způsobem, který snižuje produktivitu práce a kvalitu“ (Dvořáková a kol., 2007, str. 138).

1.2.1 Získávání pracovníků

Získávání pracovníků představuje takovou personální činnost, jejímž cílem je především identifikace a následné najímání kvalitní pracovní síly. Tradiční filosofií získávání pracovníků je sice přilákání co možná nejvyššího počtu zájemců o pracovní pozici, nicméně z pohledu kvality je optimální nižší počet uchazečů. Efektivnost procesu získávání se totiž zvyšuje, podaří-li se nalézt soulad mezi potřebami organizace a potřebami uchazeče. Toho lze docílit tak, že zaměstnavatel poskytuje realistickou představu o nabízené pozici a o požadavcích, které budou na zájemce kladeny (Dvořáková a kol., 2007).

Zde je nutné zdůraznit, že získávání kvalitních pracovníků představuje dvoustrannou záležitost, kde na jedné straně stojí zaměstnavatel, který si s ostatními zaměstnavateli konkuruje o pracovní sílu, zatímco na straně druhé stojí zájemci o práci, kteří hledají zaměstnání a obvykle si mohou vybírat mezi nejrůznějšími nabídkami. Aktuální situace na trhu práce pak rozhodne o tom, nakolik se shodnou představy zaměstnavatelů a uchazečů o práci.

1.2.2 Výběr a přijímání pracovníků

Cílem výběru pracovníků je získat ty správné či optimální zaměstnance. To však vyžaduje vymezení a zároveň implementaci procesu komparace individuálních schopností s potřebami příslušné společnosti, firmy či organizace a také s její celkovou vnitropodnikovou kulturou. Proces výběru pracovníků se samozřejmě liší v závislosti na typu nabízené pozice a na charakteristikách konkrétního zaměstnavatele (Kleibl, Šubrt, Dvořáková, 2001).

Vzhledem k výše uvedenému by proces přijímání pracovníků neměl být v žádném případě realizován pouze formálně. Taková formalizace by totiž nedokázala zajistit přísun kvalitních zaměstnanců.

1.2.3 Efektivní výběr pracovníků

Je zřejmé, že „... efektivní získávání, výběr a adaptace pracovníků se projeví ve stabilizaci kolektivu zaměstnanců, na kvalitě jejich pracovního výkonu, na úrovni motivace k práci a také na celkové identifikaci se zaměstnavatelem“ (Dvořáková a kol., 2007, str. 147). V čem se však efektivní výběr pracovníků odlišuje od jejich „běžného“ velmi často neefektivního výběru? Zásadní odlišující faktor představuje důraz na kvalitu a nikoli na kvantitu. Kvalita přijímaných pracovníků přitom nesmí být posuzována pouze z úzce zaměřeného specializovaného aspektu, ale také z obecně lidského hlediska, kdy bude analyzována úroveň vnitřní motivace zájemců o práci, jejich osobnostní a lidské kvality, schopnost pracovat v týmu, čelit stresu atd.

1.3 Adaptační proces na pracovišti

Problematiku adaptačních procesů na pracovištích je třeba chápat v celkovém kontextu fungování psychologických mechanismů adaptace, tedy v kontextu lidské psychologie. Nutno připomenout, že „... častými zdroji problémů kladoucích zvýšené nároky na adaptační procesy jsou neshody a konflikty mezi lidmi z rozmanitých důvodů. Řada náročných situací souvisí se zaměstnáním (nízký příjem, nezajímavá práce, neshody na pracovišti) či se životním stylem (málo

možností pro relaxaci a zábavu, nedostatek přátelských vztahů apod.)“ (Paulík, 2010, str. 23).

Pozitivním způsobem naopak působí především každodenní drobné životní radosti, a to i v zaměstnání. Schopnost rozpoznat a vnímat tyto radosti, byť se může jevit jakkoli banální, spočívá v pozitivním myšlení a v životním optimismu. Realizace adaptačních procesů na pracovišti by proto měla vycházet ze studia lidské psychologie.

1.3.1 Uvádění nových pracovníků do organizace

Uvádění nových pracovníků do organizace můžeme stručně charakterizovat jako proces, který spočívá v procedurách souvisejících s obdobím, kdy nový pracovník nastupuje do zaměstnání. Obvykle se přitom jedná o první týdny až měsíce. Zároveň však tento proces spočívá v procedurách, které mají novému pracovníkovi poskytnout veškeré potřebné informace a případně i dovednosti nutné k tomu, aby se dokázal adaptovat nejen z hlediska profesního, nýbrž také sociálního či obecně lidského.

Všichni „... noví pracovníci se musejí učit – aby dosáhli požadované úrovně výkonu, je třeba věnovat jejich učení určitý čas. Je jasné, že délka učení a jeho intenzita se mění, ale je důležité zajistit, aby k němu docházelo plánovitě a systematicky, a to už od prvního dne, aby se co nejrychleji maximalizoval příspěvek nového pracovníka k plnění cílů organizace“ (Armstrong, 2007, str. 396). Tato citace shrnuje podstatu procesu uvádění nových pracovníků do zaměstnání.

Lze doporučit, aby každému novému pracovníkovi, který právě prochází adaptačními procesy a procedurami, byl v rámci příslušné organizace přidělen zkušenější zaměstnanec jako mentor.

1.3.2 Pracovní prostředí

Obecně lze říci, že „... pracovním prostředím se rozumí fyzikální, chemické, biologické, sociální a kulturní činitele působící na pracovníky v průběhu pracovního procesu. Je určováno charakterem vykonávané práce,

technologickými postupy a technickým vybavením, prostorem, v němž pracovní proces probíhá, hygienickým vybavením i estetickým řešením pracoviště“ (Dvořáková a kol., 2007, str. 230).

Tato skutečnost pak dostatečně zdůrazňuje závažnost apelu na management, aby dobře pečoval o pracovní podmínky svých zaměstnanců. Je totiž mimo jakoukoli pochybnost, že v nepříznivém pracovním prostředí dochází ke stupňování pracovní zátěže a tím také ke stresu, v jehož důsledku klesá pracovní výkon.

1.3.3 Zaměstnanecké vztahy

Profesní i mezilidské vztahy mezi zaměstnanci představují velmi významné aspekty, na základě kterých je možné charakterizovat celkovou úroveň pracovního prostředí. Vztahy mezi zaměstnanci mají svou horizontální i vertikální úroveň, přičemž ve druhém případě do nich vstupuje management. Na tomto místě je třeba zmínit, že „... manažeři nemohou očekávat, že by spolu zaměstnanci vycházeli v každé situaci, ani by se neměli stavět do role soudce soukromých sporů. I když jejich zásah může být někdy vyžadován, kdykoli je to možné, měli by zaměstnanci být schopni si své spory urovnat sami“ (Branham, 2009, str. 183 – 184). Management se však může velmi významně podílet na aktivním budování dobrých mezilidských vztahů mezi svými zaměstnanci.

1.4 Péče o zaměstnance

Péči o zaměstnance můžeme rozdělit celkem do tří základních skupin (Koubek, 2007):

- povinná péče o zaměstnance: je daná zákony, předpisy a smlouvami,
- smluvní péče o zaměstnance: je daná kolektivními smlouvami,
- dobrovolná péče: je výrazem sociální politiky zaměstnavatele.

Zaměstnavatel, který si zakládá na dobré pověsti, jakožto na specifické konkurenční výhodě na trhu práce, musí péči o zaměstnance realizovat ve všech třech těchto skupinách.

Péče o zaměstnance a všechny činnosti s ní související představují náročný úkol pro každou společnost, která k problematice řízení lidských zdrojů přistupuje skutečně odpovědně.

Celková úroveň péče o zaměstnance podmiňuje jejich spokojenost či nespokojenost. Z tohoto důvodu by jí management měl věnovat dostatečnou pozornost. Je nepochybné, že každý manažer může do určité míry ovlivňovat pracovní dobu, pracovní režim, kvalitu pracovního prostředí, personální rozvoj, ale také péči o životní prostředí svých podřízených. Měl by přitom vycházet z předpokladu, že spokojený zaměstnanec odvádí lepší a kvalitnější práci a lze jej snadněji motivovat (Kleibl, Šubrt, Dvořáková, 2001).

1.4.1 Vzdělávání a rozvoj pracovníků

Vzdělávání a rozvoj zaměstnanců je třeba chápat v celkovém kontextu formování pracovních schopností člověka. Jedná se o specifickou součást rozšiřování kvalifikace. „Rozvoj zaměstnanců (rozšiřování kvalifikace) je vedle vzdělávání dalším prostředkem směřujícím k odstranění rozdílů mezi požadovanou a stávající kvalifikací zaměstnanců prostřednictvím získání nových znalostí, dovedností a schopností“ (Dvořáková a kol., 2007, str. 287). Rozvoj pracovníků by se přitom měl vedle ryze pracovních schopností soustředit také na rozvoj sociálních dovedností a osobnosti člověka.

Vzdělávání a rozvoj pracovníků – samozřejmě při optimální a efektivní realizaci – formuje celkový pracovní potenciál jednotlivých zaměstnanců, včetně obecných schopností i specifické kvalifikace, a vytváří tak značně adaptabilní pracovní zdroj. Jako typické příklady rozvojových aktivit můžeme označit jazykové kurzy, ale také vzdělávací kurzy, práce s informačními a komunikačními technologiemi, kurzy asertivity, komunikace, osobnostních a sociálních dovedností atd.

1.4.2 Odměňování pracovníků

Jednu ze zásadních a doposud stále uspokojivě nezodpovězených otázek z této oblasti představuje vymezení vzájemného vztahu a poměru mezi finančním a nefinančním způsobem odměňování pracovníků. Odměňování totiž v praxi velmi

těsně souvisí s problematikou motivace zaměstnanců. Odměňování, ať již finanční nebo nefinanční, představuje významný aspekt motivace, ovšem motivace zaměstnance není ani zdaleka vyčerpána odměňováním.

Je důležité upřesnit, že „... Odměňování pracovníků (označované také jako „kompenzace/náhrada“ za práci) je velmi významnou personální oblastí pro organizaci i pro pracovníka. Odměňování je přitom realizováno ve formě mzdy, platu či jiné peněžní odměny nebo nejrůznějšími formami kompenzace/náhrady nefinančního rázu“ (Kocianová, 2010, str. 160). Specifickou formu odměňování pracovníků pak představuje tzv. individuální zásluhové odměňování, které se vztahuje k odměňování výkonu, přínosu nebo dovedností, ale také loajality jednotlivých pracovníků (Armstrong, 2007).

1.4.3 Zaměstnanecké benefity

Z předchozí podkapitoly vyplývá, že zaměstnanecké benefity představují jednu z často využívaných forem kompenzace, tedy náhrady nefinančního rázu. Lze připomenout, že atraktivita, rozsah a typ zaměstnaneckých benefitů do značné míry odrážejí ekonomickou úroveň a výkonnost konkrétní firmy. V uplynulých několika letech bylo přitom v České republice zaznamenáno, že firmy snížily či dokonce zcela přestaly poskytovat zaměstnanecké benefity i manažerům, v důsledku poklesu ekonomické výkonnosti.

Michael Armstrong uvádí, že zaměstnanecké benefity mimo jiné tvoří „... penze, nemocenské dávky, úhrada pojistného, služební auta a řada dalších funkčních zaměstnaneckých výhod, jako je např. dovolená na zotavenou. Jedná se o takové prvky odměn, které jsou poskytovány navíc k různým formám vyplácených odměn“ (Armstrong, 2007, str. 519).

2 Analýza současného stavu

2.1 Společnost ŠKODA AUTO

ŠKODA AUTO má více než stoletou tradici ve výrobě automobilů. Jen tři další automobilky na celém světě mohou poukázat tak dlouhou historii výroby. ŠKODA AUTO je organizačně členěna na sedm oblastí: technický vývoj, výroba a logistika, prodej a marketing, nákup, oblast ekonomie, oblast předsedy představenstva a řízení lidských zdrojů.

Oblast Řízení lidských zdrojů je velice důležitým partnerem pro dosahování cílů společnosti. Jejím hlavním cílem je získat, rozvíjet, udržet a dále motivovat zaměstnance společnosti. Oblast zahrnuje:

- plánování lidských zdrojů, získávání a výběr zaměstnanců,
- péči o zaměstnance (od vedení personální administrativy přes poradenství zaměstnancům až po podporu manažerů při vedení týmů),
- vzdělávání a rozvoj zaměstnanců,
- rozvoj hodnotících a mzdových systémů,
- sociální služby pro zaměstnance a programy podpory zdraví,
- podporu inovací a zlepšovatelství,
- komunikaci se zaměstnanci a
- ochranu a bezpečnost závodu.

2.1.1 Oddělení HR marketingu

Oddělení HR marketingu je strukturálně řazeno pod oddělení Náboru a HR marketingu. Mezi hlavní činnosti tohoto útvaru spadá:

- employer branding,
- programy na podporu mladých talentů:
 - praxe, závěrečné práce,
 - stipendijní program,
 - doktorský program,

- trainee program,
- spolupráce se školami,
- náborové a image akce,
- operativní personální marketing.

2.2 Cíl praxí

Tato kapitola vychází z interních materiálů společnosti ŠKODA AUTO (Metodické pokyny, interní směrnice atd.).

Praxe mají ve ŠKODA AUTO více jak patnáctiletou tradici. Jejich cílem je oboustranně poznávací proces mezi praktikantem a společností.

Pro praktikanta praxe představuje ověření teoretických znalostí získaných během studia v prostředí reálné společnosti, důležitou přípravu na budoucí povolání a seznámení s firemní kulturou.

Pro společnost je organizace praxí důležitým nástrojem pro vytvoření databanky potenciálních uchazečů o zaměstnání a zároveň slouží k upevnění image atraktivního a perspektivního zaměstnavatele.

Následující kapitoly (kap. 2.3 až kap. 2.9) se týkají pouze praxí studentů VOŠ/VŠ. Praxím žáků středních škol je určena samostatná kapitola 2.10 Středoškolské praxe.

2.3 Znaky praxe

Každý praktikant pracuje na vlastním „**Praktikantském projektu**“ (viz Příloha 1), který zajišťuje odbornost jeho praxe a je veden patronem z řad specialistů společnosti - vedoucí praxe.

Praktikant dochází na praxi nepravidelně na kratší časové úseky, dle svých časových možností a dohody s vedoucím praxe.

2.3.1 Povinná/nepovinná praxe

Praxe probíhají ve dvou formách, a to ve formě povinné a nepovinné, kdy je během pobytu možné jednotlivé typy praxe měnit (z nepovinné na povinnou a naopak). Typ praxe, resp. právní forma, na jejímž základě spolupráce s praktikanty probíhá, značně ovlivňuje činnosti, které mohou být po praktikantovi požadovány.

Povinná praxe

Povinná praxe, je předepsána a upravena stanovami dané VOŠ/VŠ a bez jejího absolvování nemůže student řádně dokončit své studium.

Povinná praxe probíhá na základě **Smlouvy o praktikantském pobytu**, uzavřené v souladu s ustanovením zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník v platném znění (dále jen „občanský zákoník“), která nezakládá pracovněprávní vztah. Z tohoto důvodu nese praktikant jinou zodpovědnost než zaměstnanci společnosti a i úkoly a činnosti po něm požadované je nutné odlišit od běžné náplně práce zaměstnanců.

Povinná praxe je uznána na základě doložení „**Potvrzení o povinné praxi**“ (viz Příloha 2), ve kterém VOŠ/VŠ potvrdí termín praxe a její další náležitosti.

Nepovinná praxe

Nepovinná praxe je dobrovolnou aktivitou studenta. Probíhá na základě smlouvy, konkrétně **Dohody o pracovní činnosti**, uzavřené v souladu s ustanovením Zákona č. 262/2006 Sb., Zákoník práce v platném znění (dále jen „zákoník práce“) a zakládá tak pracovněprávní vztah. U zahraničních praktikantů (netýká se praktikantů z Evropské unie), nestudujících celý studijní program (bakalářský/magisterský/doktorský) v České republice, je nezbytně nutné pracovní povolení.

2.4 Žádost o praxi, podmínky praxe

Praxe je určena pouze studentům prezenční (denní) formy studia VOŠ/VŠ. Uchazeč o praxi se zaregistruje na webových stránkách společnosti (www.zivotniprilezitost.cz) pomocí registračního dotazníku. V průběhu registrace

přiloží svůj životopis a motivační dopis, a to v českém a anglickém/německém jazyce.

Následně absolvuje jazykový test/testy. Minimální požadovaná jazyková úroveň u studentů technického zaměření je B2 z jednoho světového jazyka. Po studentech ekonomického zaměření jsou požadovány dva světové jazyky na úrovni B2. Minimální doba trvání praxe je stanovena na tři měsíce. Maximální délka praxe je omezena dobou prezenční formy studia na VOŠ/VŠ. Pro zahraniční studenty je stanovena maximální délka praxe na šest měsíců v jednom kalendářním roce.

2.5 Žádost o praktikanta

Oddělení, které si přeje zajistit praktikanta pro zapojení do určitého projektu, tento projekt popíše - formulář „Projekt praktikanta“, nastíní cíle a úlohu praktikanta při cestě k jejich dosažení a stanoví vedoucího praxe. Následně zašle tento formulář na oddělení Náboru resp. Náboru praktikantů, které provede další kroky k úspěšnému obsazení projektu.

2.6 Výběr praktikanta

Po obdržení „Projektů praktikanta“ vybere náborové centrum, dle zadaných kritérií, vhodné uchazeče a zašle jejich podklady (životopis, motivační dopis a kontaktní údaje) vedoucímu praxe. Následné kroky výběrového procesu (např. osobní/telefonický pohovor) jsou v kompetenci žádajícího oddělení, resp. vedoucího praxe. Své rozhodnutí o vybraných i nevybraných uchazečích pak vedoucí praxe sdělí do deseti pracovních dní oddělení Náboru praktikantů.

V případě, že si oddělení praktikanta zajistí vlastními silami, zašle přímo na oddělení HR marketingu vyplněný „Projekt praktikanta“ a životopis vybraného uchazeče a následně je připraven nástup praktikanta.

2.7 Nástup praktikanta

Praktikanti nastupují do společnosti pouze ve stanovených termínech (dvakrát měsíčně). Jedná se vždy o začátek a přibližně o polovinu měsíce.

Před samotným nástupem zajistí oddělení HR marketingu vystavení smlouvy, přístupy do interního systému společnosti, zadání profilu praktikanta do interního HR systému, vystavení elektronického průkazu praktikanta (slouží pro záznam elektronické docházky, kopírování, stravování) a případnou rezervaci ubytování.

V den nástupu absolvuje praktikant nástupní školení, které je povinné. Obdrží zde informace k podmínkám praxe, informace k obecným zásadám požární ochrany a bezpečnosti zdraví při práci, ale i obecné typy pro své působení ve společnosti ŠKODA AUTO.

Během nástupního školení je s praktikantem podepsána Smlouva o praktikantském pobytu/Dohoda o pracovní činnosti, vyplněno Daňové prohlášení a Čestné prohlášení o příjmech, odsouhlaseno bankovní konto pro bezhotovostní převod odměny. Praktikant též doloží originál aktuálního potvrzení o studiu případně „Potvrzení o povinné praxi“.

Po skončení nástupního školení zajistí oddělení Personálního marketingu registraci zahraničních praktikantů (na nepovinné praxi/starších 26 let) u Zaměstnanecké pojišťovny ŠKODA.

2.8 Během praxe

2.8.1 Docházka

V rámci společnosti je využíván elektronický docházkový systém. Praktikant si docházku na praxi plánuje společně s vedoucím praxe dle svých časových možností a preferencí. Tzn., že ve smlouvě není stanovena minimální docházka. Maximální docházka je omezena dle pravidel níže.

Povinná praxe

Docházka na praxi je možná pouze v pracovní dny a to v čase mezi 6 a 20 hodinou. Maximální denní limit je 12 pracovních hodin. Praktikant má nárok na

placenou přestávku na oběd v délce 30 minut. Maximální měsíční limit nesmí přesáhnout 8krát počet pracovních dní za daný měsíc.

Nepovinná praxe

Docházka se řídí standardně dle zákoníku práce, na základě uzavřené Dohody o pracovní činnosti. Praktikant může na praxi docházet v čase mezi 6 a 22 hodinou (noční směny nejsou povoleny). Maximální denní limit je 12 pracovních hodin a měsíční limit pak 81,5 hodiny.

Praktikant má nárok na přestávku na oběd v délce 30 min, avšak tento čas není praktikantovi proplacen (nezapočítává se do odpracované doby).

2.8.2 Odměňování

Odměna je praktikantům vyplácena na základě evidované docházky. Výše odměny je upravena dle stupně studia praktikanta (viz Tab. 1), na základě doložení potvrzení o studiu.

Tab. 1 **Odměňování**

ODMĚŇOVÁNÍ	
Stupeň studia	Výše hodinové odměny
VOŠ, bakalářský	60 Kč
magisterský	70 Kč
doktorský	80 Kč

Zdroj: interní materiál společnosti ŠKODA AUTO

Pro uznání navýšení odměny při změně stupně studia (složení státních závěrečných zkoušek a přijetí do vyššího stupně studia) je praktikant povinen doložit potvrzení o nástupu do navazujícího studia.

Zdanění odměny

Odměna je zdaněna dle příslušných obecně závazných právních předpisů.

Pro uznání slevy na studenta je praktikant povinen po celou dobu praxe dokládat aktuální potvrzení o studiu.

Pro uznání slevy na poplatníka je praktikant povinen každý kalendářní rok podepsat nové Daňové prohlášení.

Odvody diplomanta

Povinná praxe

Během povinné praxe jsou praktikant i společnost osvobozeni od platby zákonného zdravotního a sociálního pojištění.

Nepovinná praxe

Během nepovinné praxe je odvod praktikantů stanoven na 4,5 % za zdravotní pojištění a 6,5 % za sociální pojištění. V případě praktikanta s národností mimo EU a trvale nestudujícího v České republice, vzniká povinnost odvádět zdravotní pojištění minimálně ve výši minimálního vyměřovacího základu (1.242 Kč/měsíc). Odvod společnosti je pak 9 % za zdravotní pojištění a 25 % za sociální pojištění.

Pokud měsíční příjem praktikanta nepřesáhne 2 499 Kč, jedná se o takzvané „nezdanitelný příjem“, který je bez odvodů jak pro praktikanta, tak pro společnost.

Pokud je praktikant starší 26 let (a to i za předpokladu, že se jedná o povinnou praxi), je povinen odvádět zdravotní pojištění minimálně ve výši minimálního vyměřovacího základu (1 242 Kč/měsíc) nebo doložit, že je mu minimální vyměřovací základ strháván u jiného plátce.

2.8.3 Řízení služebních vozů; služební cesty; přístupy do interních systémů společnosti

Povinná praxe

Během povinné praxe je praktikant oprávněn využívat služební vozidlo pouze v místě výkonu praxe. Případné služební cesty mohou proběhnout pouze na území České republiky, a to bez přespání. Důvodem je nákladové zatížení pro společnost a nemožnost tyto náklady řádně vyúčtovat.

Po dobu povinné praxe je praktikant „třetí osobou“, proto je mu, z důvodu ochrany interních dat společnosti, zřízen pouze základní přístup do sítě ŠKODA bez možnosti přístupu do dalších interních či koncernových systémů.

Nepovinná praxe

V případě nepovinné praxe je praktikant, za předpokladu absolvované lékařské prohlídky, oprávněn využívat služební vozidlo bez omezení na místo výkonu praxe. Stejně tak jeho pracovní cesty mohou být i mimo Českou republiku a na delší časové období.

Pokud je k plnění projektu nutný přístup i do interních systémů společnosti, je možné jej praktikantovi přidělit. Lze tedy říci, že v případě nepovinné praxe je na praktikanta nahlíženo jako na zaměstnance společnosti.

2.8.4 Benefity poskytované praktikantům

Během praxe jsou praktikantům nabízeny tyto benefity, které přispívají ke kvalitě jejich praxe a pobytu ve ŠKODA AUTO:

- a) Ubytování - po dobu praxe lze využívat ubytování na Ubytovně ŠKODA. Pokoje jsou koncipovány jako dvě samostatné ubytovací jednotky, kdy v každé jednotce bydlí dva praktikanti. Společné je sociální zařízení a kuchyňka. Náklady na ubytování mohou být hrazeny ze strany ŠKODA AUTO, praktikantem či půl na půl.
- b) Dotované stravování v jídelnách Eurest.
- c) Zdravotní péče - zahraničním praktikantům je umožněno využívat všeobecného závodního lékaře.
- d) Odborná příprava - možnost absolvovat e-learningové kurzy.
- e) Bezplatná návštěva ŠKODA Muzea a závod v Mladé Boleslavi.
- f) Vypracování závěrečné práce - v průběhu praxe je možné vypracovávat i závěrečnou práci (bakalářskou, diplomovou, dizertační). Tato spolupráce probíhá na základě **Smlouvy o závěrečné práci**, uzavřené v souladu s ustanovením občanského zákoníku. Společnost poskytne konzultanta, který je praktikantovi nápomocen formou odborného vedení, rad či poskytnutí materiálů.

Pokud student se společností spolupracuje pouze na vypracování své závěrečné práce, tzn., nedochází na praxi, jedná se o tzv. **konzultační formu** spolupráce, která je bez nároku na honorář i další benefity.

2.8.5 Zpětná vazba v průběhu praxe; Výkaz činnosti praktikanta

Po prvním měsíci praxe je pro praktikanty připraveno setkání, na kterém jsou představeny další možnosti jejich rozvoje v rámci ŠKODA AUTO - Stipendijní program, Doktorský program či po dokončení studia Trainee program. Zároveň jsou diskutovány jejich první dojmy z praxe a zodpovězeny případné dotazy.

Výkaz činnosti praktikanta

„**Výkaz činnosti praktikanta**“ (viz Příloha č. 3) slouží praktikantovi jako pravidelná zpětná vazba a zároveň je určen pro plánování činností na další části praxe.

Během povinné praxe je praktikant povinen na denní bázi zaznamenávat do Výkazu činnosti své aktivity. Jednou měsíčně tento dokument zasílá na oddělení HR marketingu, které je ze zákona povinno tyto dokumenty archivovat.

Při nepovinné praxi je vyplňování výkazu dobrovolnou aktivitou, avšak praktikantovi je doporučeno alespoň jednou měsíčně si s vedoucím praxe uspořádat krátkou schůzku, na které obdrží zpětnou vazbu ke svým dosavadním úkolům a plán dalších aktivit a cílů, kterých by měl při plnění svého projektu dosáhnout.

2.8.6 Prodloužení praxe

Smlouva je s praktikantem uzavírána vždy na dobu určitou. Její případné prodloužení (podnětem je vzájemná dohoda praktikanta a vedoucího praxe) je provedeno na základě nově vypsaného „Projektů praktikanta“.

Dle nového projektu vystaví oddělení HR marketingu dodatek ke smlouvě, provede nezbytné administrativní náležitosti s prodloužením praxe spojené a vyzve praktikanta k podpisu dodatku.

Smlouvu lze prodlužovat maximálně do ukončení studia, resp. ztráty statusu studenta. U zahraničních praktikantů nestudujících celý studijní program v České republice je nutné dodržet maximální délku praxe - šest měsíců v jednom kalendářním roce.

2.9 Ukončení praxe

K ukončení praxe dochází uplynutím doby, na kterou byla sjednána smlouva (řádné ukončení praxe) či dohodou mezi praktikantem a vedoucím praxe (předčasné ukončení praxe).

V závěru praxe vyplní vedoucí praxe „**Hodnocení praktikanta**“ (viz Příloha č. 4), které slouží praktikantovi jako zpětná vazba k celé jeho praxi a může být přiloženo k „**Certifikátu o absolvované praxi ve ŠKODA AUTO**“ (viz Příloha č. 5).

Praktikant vyplní „**Hodnocení pobytu**“; (viz Příloha č. 6) a vypracuje závěrečnou zprávu o výsledcích praktikantského projektu, ve kterém byl zapojen.

Následně oddělení HR marketingu provede všechna administrativní opatření s ukončením praxe spojená.

2.10 Středoškolské praxe

Na rozdíl od praxí VOŠ/VŠ studentů mohou být praxe žáků SŠ pouze povinné, tedy předepsané stanovami školy, resp. musí být zaplánována v učebním plánu. V případě středoškolských praxí je možné navázat spolupráci pouze se žáky spolupracujících středních škol, tzn. mezi danou střední školou a ŠKODA AUTO je uzavřena **Smlouva o spolupráci**.

Středoškolské praxe jsou organizovány jak pro jednotlivce, tak pro celé skupiny žáků. V případě praxí jednotlivců si žáci své praktikantské místo vyhledávají sami (nejčastěji využívají rodinných kontaktů). U skupinových praxí jsou oddělení HR marketingu vytipována vhodná pracoviště pro umístění žáků.

Praxe žáků středních škol jsou bez nároku na honorář i další benefity.

3 Praktická část

3.1 Benchmarking

Hlavním cílem benchmarkového průzkumu bylo zjistit, jak si stojí společnost ŠKODA AUTO v případě odborných praxí, ve srovnání s jinými společnostmi v České republice a dále pak vystihnout rozdíly, které by mohla společnost v budoucnu zlepšit a implementovat do svého procesu praktikantských pobytů.

3.2 Benchmarkový průzkum

Benchmarkový průzkum proběhl v období červen až září 2015, a to formou elektronického dotazníkového šetření a v některých případech i osobního rozhovoru. Pro účely tohoto průzkumu bylo osloveno třicet vytipovaných společností, které lze považovat pro společnost ŠKODA AUTO při vyhledávání praktikantů za konkurenční. Všechny společnosti byly vytipovány na základě doporučení vedoucího Náboru a HR marketingu.

Z celkového počtu třiceti oslovených společností poskytly pouze čtyři z nich relevantní zpětnou vazbu a mohly tak být zařazeny do prováděného průzkumu. Jedná se o společnosti **Barum Continental spol. s r.o.** (dále jen „Continental“), **Česká spořitelna, a.s.** (dále jen „Česká spořitelna“), **Telefónica (O2 Czech Republic a.s.)**, **UNILEVER ČR, spol. s r.o.** (dále jen „UNILEVER“).

Dotazník byl sestaven ze sedmi uzavřených otázek, přičemž byl kladen důraz zejména na srozumitelnost, jednoduchost a také na časovou nenáročnost pokládaných otázek.

3.3 Výsledky průzkumu a jejich interpretace

Ke zpracování výsledků provedeného průzkumu byla použita srovnávací metoda komparace. Výsledky dotazníkového šetření pak byly zpracovány do podoby tabulek a grafů.

První otázka dotazníku „**Cílová skupina**“ jasně ukázala rozdíl mezi zkoumanými společnostmi, což je patrné z **Tab. 2 Cílová skupina**. Největší prostor pro uplatnění praktikantů poskytuje v současné době Česká spořitelna a ŠKODA

AUTO. Praxi zde mohou vykonávat žáci a studenti ze středních škol, středních odborných učilišť, vyšších odborných a vysokých škol a dále pak absolventi. Společnost Continental upřednostňuje spolupráci s žáky středních a studenty vysokých škol, společnost Telefónica pak s žáky středních a studenty vysokých škol a s absolventy. Společnost Unilever vyhledává praktikanty pouze v řadách vysokoškoláků a absolventů.

Je tedy zcela zřejmé, že v této oblasti může ŠKODA AUTO poměřovat své kvality s ostatními zkoumanými společnostmi a je pro ně i zcela bezpochyby značnou konkurencí.

Tab. 2 **Cílová skupina**

Cílová skupina (ZŠ, SŠ, SOU, VŠ, absolvent)					
Firma	Typ spolupráce				
	SŠ	SOU	VOŠ	VŠ	Absolvent
Continental	x			x	
Česká spořitelna	x	x	x	x	x
Telefónica	x			x	x
Unilever				x	x
ŠKODA AUTO	x	x	x	x	x

Druhá otázka dotazníku „**Typ smlouvy (právní forma)**“ rovněž nepostavila ŠKODA AUTO do pozadí ostatních společností. Z **Tab. 3 Typ smlouvy** jasně vyplývá, že nejčastějším typem smlouvy mezi praktikantem a společností je Dohoda o pracovní činnosti, kterou běžně využívá Česká spořitelna, Telefónica a ŠKODA AUTO. Druhým nejčastěji používaným typem smlouvy je pak Smlouva o povinné praxi, kterou ve vztahu s praktikanty využívá Česká spořitelna a ŠKODA AUTO. Společnost Continental preferuje interní smlouvu a Unilever pak Pracovní smlouvu na dobu určitou.

Tab. 3 *Typ smlouvy (právní forma)*

Typ smlouvy (právní forma)					
Firma	Typ smlouvy				
	DPČ	DPP	Smlouva o povinné praxi	Pracovní smlouva na dobu určitou	Interní smlouva
Continental					x
Česká spořitelna	x		x		
Telefónica	x				
Unilever				x	
ŠKODA AUTO	x		x		

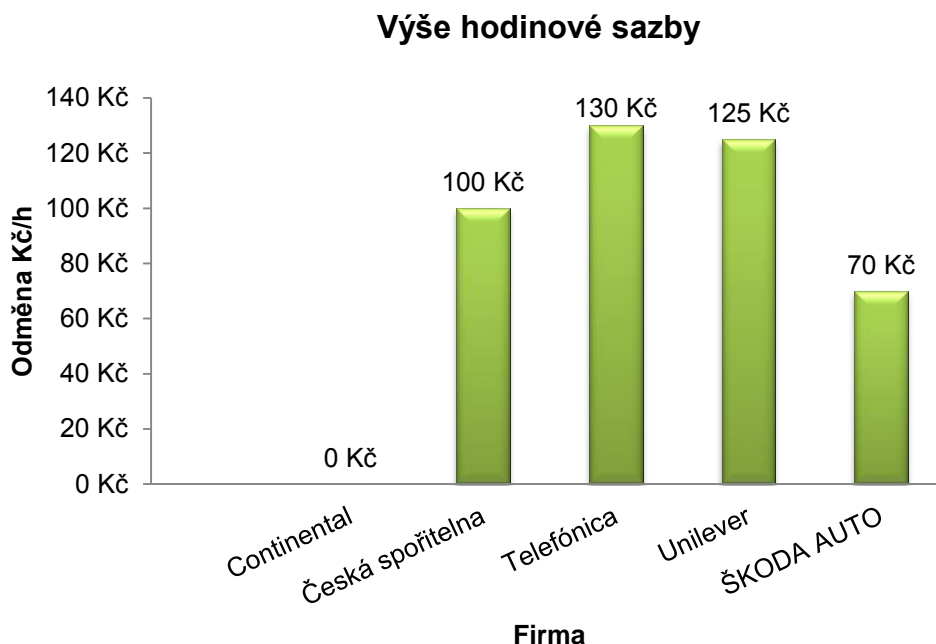
Cílem třetí otázky dotazníku „**Výše hodinové sazby**“ bylo zjistit výši hodinové sazby poskytované praktikantům ve zkoumaných společnostech. Z **Tab. 4 Výše hodinové sazby** jsou patrné, někdy velice výrazné, rozdíly mezi společnostmi.

Tab. 4 *Výše hodinové sazby*

Výše hodinové sazby praktikantů	
Firma	Odměna
Continental	0 Kč
Česká spořitelna	100 Kč
Telefónica	130 Kč
Unilever	125 Kč
ŠKODA AUTO	70 Kč

Nejvyšší hodinovou sazbu ve výši 130 Kč/h poskytuje praktikantům společnost Telefónica. Hned za ní se řadí společnost Unilever s částkou 125 Kč/h a následuje Česká spořitelna s částkou 100 Kč/h. Tato částka je však pouze orientační neboť Česká spořitelna poskytuje praktikantům placené i neplacené stáže a v případě placených stáží se hodinová sazba mění dle pozice (nikdy však neklesá pod 100 Kč/h). ŠKODA AUTO má v tomto směru mezi zkoumanými společnostmi velice nízkou míru konkurenceschopnosti, neboť uchazečům o praxi v současné době nabízí pouze průměrnou částku 70 Kč/h a nachází se tak zcela pod

nabídkou trhu. Odměna se liší v závislosti na dosaženém vzdělání (VOŠ/Bc – 60 Kč/h; Mg -70 Kč/h a Doc – 80 Kč/h). Z provedeného průzkumu je patrné, že ŠKODA AUTO by měla uvažovat o navýšení odměny. Společnost Continental nabízí praktikantům pouze neplacené stáže. Pro lepší představivost je celá situace zachycena na **Obr. 1 Výše hodinové sazby**.



Obr. 1 **Výše hodinové sazby**

Následující otázka byla zaměřena na **Podmínky přijetí na praxi a výběrový proces**. Z **Tab. 5 Podmínky přijetí na praxi; výběrový proces** je patrné, že se podmínky u jednotlivých společností liší. Například společnost Continental má jedinou podmínku, kterou je obor studia. U České spořitelny se podmínky odvíjejí dle pozice, na kterou se uchazeč hlásí. Mezi podmínky zbývajících třech společností (Telefónica, Unilever a ŠKODA AUTO) shodně patří registrace v systému, životopis a motivační dopis. Podmínkou společnosti Unilever je stejně jako u ŠKODA AUTO navíc odpovídající jazyková vybavenost, přičemž ŠKODA AUTO jako jediná ze zkoumaných společností podmiňuje praxi prezenční formou studia.

Součástí výběrového procesu je u všech zkoumaných společností CV screening a pohovor s uchazečem. Telefónica navíc využívá metodu assessment centra a

ŠKODA AUTO klade důraz na jazykovou vybavenost, proto je jako součást výběrového procesu zařazen jazykový test.

Z průzkumu vyplývá, že ŠKODA AUTO pečlivě vybírá své uchazeče o praxi, a to jednak nastavenými podmínkami pro přijetí a zároveň pak i samotným výběrovým procesem.

Tab. 5 **Podmínky přijetí na praxi; výběrový proces**

Podmínky přijetí na praxi; výběrový proces		
Firma	Podmínky	Výběrový proces
Continental	Obor studia	CV screening Pohovor
Česká spořitelna	Dle pozice	CV screening Pohovor
Telefónica	Registrace v systému Životopis Motivační dopis	CV screening Pohovor Assesmmment centrum
Unilever	Registrace v systému Životopis Motivační dopis Jazyková vybavenost	CV screening Pohovor
ŠKODA AUTO	Prezenční forma studia Registrace v systému Životopis Motivační dopis Jazyková vybavenost	CV screening Jazykový test Pohovor

Pátá otázka dotazníku byla zaměřena na „**Opatření pro další rozvoj**“. Z **Tab. 6 Opatření pro další rozvoj** je zřejmé, že se ŠKODA AUTO v tomto směru jasně řadí na první místo a je silným konkurentem ostatním společnostem. Praktikantům totiž nabízí celou řadu opatření pro další rozvoj jako je možnost vypracování

závěrečné práce, doktorský a stipendijní program a po dokončení magisterského stupně studia pak Trainee program. Mimo jiné nabízí i možnost exkurzí a prohlídek svých závodů. Ostatní zkoumané společnosti nabízí pouze jedno, maximálně dvě z výše jmenovaných opatření.

Tab. 6 **Opatření pro další rozvoj**

Opatření pro další rozvoj					
Firma	Opatření				
	Trainee program	Závěrečná práce	Doktorský program	Stipendijní program	Exkurze, aj.
Continental		x			
Česká spořitelna	x	x			
Telefónica	x				x
Unilever	x				
ŠKODA AUTO	x	x	x	x	x

Cílem následujících dvou otázek dotazníku bylo zjistit počty uchazečů o praxi a počty praktikantů za rok v jednotlivých společnostech. Z **Tab. 7 Počet uchazečů o praxi za rok** je vidět evidentní rozdíl mezi zkoumanými společnostmi. Nejvíce uchazečů, okolo 2500, ročně o praxi zažádá ve společnosti ŠKODA AUTO. Druhý největší zájem, okolo 2000 uchazečů, projevují žadatelé o společnost Telefónica. U ostatních zkoumaných společností je zájem ze strany uchazečů podstatně nižší. V České spořitelně projeví zájem asi 250 uchazečů, ve společnosti Unilever pak okolo 80 uchazečů a nejmenší zájem (20 uchazečů) projevují uchazeči o společnost Continental.

Tab. 7 **Počet uchazečů o praxi za rok**

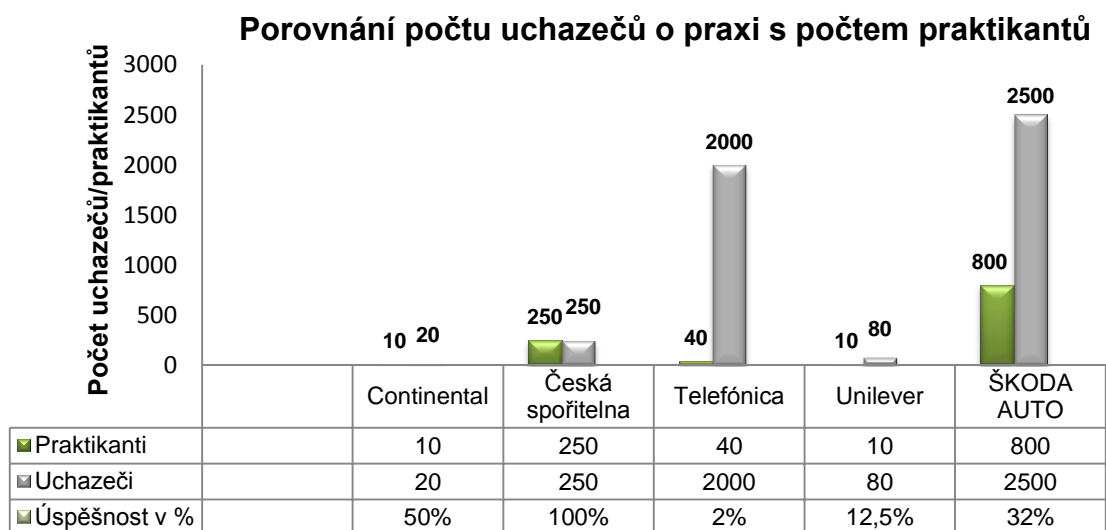
Počet uchazečů o praxi za rok	
Firma	Počet uchazečů
Continental	20
Česká spořitelna	250
Telefónica	2000
Unilever	80
ŠKODA AUTO	2500

Tab. 8 Počet praktikantů za rok zobrazuje skutečný počet ročně přijatých praktikantů v jednotlivých společnostech. Nejvíce praktikantů, přibližně 800 (680 tuzemských a 120 zahraničních – nejčastěji z Německa, Ruska a Ukrajiny) nalezne své uplatnění ve společnosti ŠKODA AUTO. Celkem 250 praktikantů (200 tuzemských a 50 zahraničních) se pak uplatní v České spořitelně. Společnost Telefónica přijímá ročně pouze 40 tuzemských praktikantů, společnost Continental a Unilever každá 10 tuzemských praktikantů. Zahraniční praktikanty tyto společnosti nenabírají.

Tab. 8 **Počet praktikantů za rok**

Počet praktikantů za rok			
Firma	Praktikanti		
	tuzemští	zahraniční	celkem
Continental	10	0	10
Česká spořitelna	200	50	250
Telefónica	40	0	40
Unilever	10	0	10
ŠKODA AUTO	680	120	800

Jako velmi zajímavé se ukázalo porovnání počtu uchazečů o praxi s počtem přijatých praktikantů. Česká spořitelna dokáže přijmout celých 100 % svých uchazečů, Continental pak 50 %, ŠKODA AUTO 32 %, Unilever 12,5 % a Telefónica pak pouze 2 %. Pro lepší představivost je celá situace zobrazena na Obr. 2 **Porovnání počtu uchazečů o praxi s počtem praktikantů**.



Obr. 2 **Porovnání počtu uchazečů o praxi s počtem praktikantů**

Závěr

Bakalářská práce byla zaměřena na odborné praxe ve společnosti ŠKODA AUTO, resp. na porovnání tohoto typu spolupráce se studenty, s vytipovanými společnostmi na českém trhu. Praxe jsou velice důležitým nástrojem pro vytváření databanky kvalitních uchazečů o zaměstnání každé společnosti, posílení a udržení povědomí o společnosti jako o kvalitním zaměstnavateli. Cílem práce byla analýza nabídky u těchto společností a formulování případných doporučení pro ŠKODA AUTO.

Výstupem z provedeného výzkumu je vysoká kvalita praxí ve ŠKODA AUTO, díky které je společnost v tomto ohledu vysoce konkurenceschopná. Bohužel tedy nelze doporučit mnoho změn či nových opatření.

Cílovou skupinou praxí jsou ve všech zkoumaných společnostech studenti vysokých škol, velice často pak také žáci středních škol a absolventi. V nabídce spolupráce je ŠKODA AUTO ze zkoumaných společností tou, která nabízí nejširší možnost spolupráce (v podstatě pro všechny vytipované skupiny) v tomto směru tedy nelze doporučit žádný rozvoj.

Právní forma, na jejímž základě, je spolupráce se studenty realizována, je u zkoumaných společností v podstatě půl na půl ve prospěch „občanské zákoníku“ a „zákoníku práce“. Jediná ŠKODA AUTO a Česká spořitelna nabízejí možnost využití obou právních vztahů. Tato kombinace se ukazuje jako nejvhodnější (lze využít možnosti jak povinné tak nepovinná praxe), proto ani v této otázce není možné navrhnout optimalizaci.

Podmínky praxe a výběrový proces jsou ve většině společností také podobné. Zde opět do popředí vystupuje ŠKODA AUTO s velice precizně nastavenými podmínkami praxe a kritérii výběru. Zajímavý je též výběrový proces společnosti Telefónica, která jako jediná zařazuje assesmment centrum. Zde by bylo možné zvážit začlenění assesmment centra jako výběrového kroku pro vytipované, strategické praktikantské pozice.

V otázce další spolupráce a rozvoje praktikantů ŠKODA AUTOA opět ostatní společnosti značně převyšuje, kromě Trainee programu, který nabízí i tři další společnosti, nabízí další čtyři možnosti spolupráce.

V počtu uchazečů o praxi, tedy i zájmu o společnost jako takovou, je v čele znovu ŠKODA AUTO tentokrát však i Telefónica. Z počtu uchazečů a následně

praktikantů logicky vyplývá i procentní úspěšnost nástupu praktikantů do společnosti. Zde se ŠKODA AUTO s 32% úspěšností řadí na třetí místo. V tomto případě není bezpodmínečně nutné, aby se ŠKODA AUTO přesunula na první pozici. Společnosti by se zde měli zajímat především o kvalitu a ne o kvantitu, což se ŠKODA AUTO velice dobře daří.

Co je pro ŠKODA AUTO určitě ke zvážení, je otázka odměny praktikantů. Průměrná hodinová sazba praktikantů ve ŠKODA AUTO je 70 Kč, avšak u většiny ostatních společností hodinová sazba přesahuje 100 Kč. Současný stav by mohl vést ke ztrátě pozice ŠKODA AUTO na trhu praxí a následně až k oslabení konkurenceschopnosti v tomto tématu. Zde je pro ŠKODA AUTO rozhodně na zvážení navýšení hodinové sazby praktikantů či poskytnutí jiného kompenzačního benefitu.

Seznam literatury

Monografická publikace

ARMSTRONG, M. *Řízení lidských zdrojů*. 10. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. 800 s. ISBN 978-80.247-1407-3.

BRANHAM, Leigh. *7 skrytých důvodů, proč zaměstnanci odcházejí z firem. Jak rozpoznat jemné signály a jednat, dokud není příliš pozdě*. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Grada Publishing, 2009. 256 s. ISBN 978-80-247-2903-9.

DVOŘÁKOVÁ, Z. a kol. *Management lidských zdrojů*. 1. vydání. Praha: Nakladatelství C. H. Beck, 2007. 485 s. ISBN 978-80-7179-893-4.

KOCIANOVÁ, R. *Personální činnosti a metody personální práce*. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Grada Publishing, 2010. 215 s. ISBN 978-80-247-2497-3.

KOUBEK, J. *Řízení lidských zdrojů*. 4. rozšířené a doplněné vydání. Praha: Management Press, 2007. 399 s. ISBN 978-80-7261-168-3.

KLEIBL, J. ŠUBRT, B. DVOŘÁKOVÁ, Z. *Řízení lidských zdrojů*. 1. vydání. Nakladatelství C. H. Beck, 2001. 264 s. ISBN 80-7179-389-2.

PAULÍK, K. *Psychologie lidské odolnosti*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 240 s. ISBN 978-80-247-2959-6.

Firemní literatura

Manuál praktikanta. Mladá Boleslav: ŠKODA AUTO, 2012

Metodický pokyn praktikantských/diplomantských pobytů. Mladá Boleslav: ŠKODA AUTO, 2012

Interní materiály oddělení Náboru a HR marketingu

Elektronické zdroje

ŠKODA AUTO [online]. [cit.1.08.2015]. Dostupné z: <http://eportal.skoda.vwg>

Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obr. 1 Výše hodinové sazby.....	31
Obr. 2 Porovnání počtu uchazečů o praxi s počtem praktikantů	34

Seznam tabulek

Tab. 1 Odměňování.....	23
Tab. 2 Cílová skupina.....	29
Tab. 3 Typ smlouvy (právní forma).....	30
Tab. 4 Výše hodinové sazby	30
Tab. 5 Podmínky přijetí na praxi, výběrový proces.....	32
Tab. 6 Opatření pro další rozvoj	33
Tab. 7 Počet uchazečů o praxi za rok	33
Tab. 8 Počet praktikantů za rok.....	34

Seznam příloh

Příloha č. 1 Projek praktikanta.....	19
Příloha č. 2 Potvrzení o povinné praxi.....	20
Příloha č. 3 Výkaz činnosti praktikanta.....	26
Příloha č. 4 Hodnocení praktikanta	27
Příloha č. 5 Certifikát o absolvované praxi ve ŠKODA AUTO	27
Příloha č. 6 Hodnocení pobytu	27

Příloha č. 1 Projekt praktikanta

ŠKODA



Projekt praktikanta

Internship project

- nový nástup**
new entry
- nový nástup a zároveň vypracování závěrečné práce**
new entry connected with the final thesis
- bakalářské**
bachelor thesis
- diplomové**
diploma thesis
- dizertační**
doctoral thesis
- prodloužení praxe**
internship extension
- přestup**
transfer

Téma
Topic

Popis činností
Description of
activities

Pro akceptaci Projektu praktikanta je nutné vyplnit minimálně 5 bodů do popisu činností, jinak nebude projekt přijat.
For acceptance of the Internship project is necessary to complete all 5 points.

Jméno praktikanta
Intern's name

*** K Projektu praktikanta přiložte životopis vybraného studenta.**

* Please enclose the intern's CV with this application.

**** Pokud praktikanta požadujete nalézt, vyplňte Profil kandidáta na druhé straně.**

** If you are looking for a new intern, please fill the Candidate's profile on the next side.

Termín pobytu (od-do)
Date of stay (start-end)

Rozsah pobytu (max. 81,5h/měsíc)
Range of stay (max 81,5h/month)

Pracoviště
Place of stay

Mladá Boleslav Kvasiny Vrchlabí Praha

Povinná praxe ŠAVŠ (1.9. - 31.1.) ano / yes ne / no
ŠAVŠ Obligatory internship (1.9. - 31.1.)

Přístup do sítě / IS access ano / yes ne / no prodloužit / prolong



Ubytování / Accommodation **ano / yes** **ne / no** **prodloužit / prolong**

Způsob hrazení ubytování **OJ / OU** ^{NS/CS} **praktikant / intern himself**
Accommodation payments

Cena za ubytování je 3.000,- Kč/měsíc, 1.500,- Kč/1/2 měsíce, 1-3 dny 300,- Kč/den.
Accommodation costs are 3,000,- CZK/ month, 1,500,- CZK/half a month, 1-3 days 300,- CZK/ day.

Vedoucí praxe
Internship supervisor

Telefon
Phone number

OJ a NS.
Organizational unit and cost centre No.

Podpis a jmenovka vedoucího praxe
Signature and name stamp of Internship supervisor

Podpis a jmenovka dvoupísmenkového vedoucího, razítko OJ
Signature and name stamp of two-letters supervisor, OU stamp

Schválení ZMI

ZMI approval

ano / yes **ne / no**

důvod / reason

Projekt přijat
Project admitted

Projekt vystaven
Project published

Uchazeči zasláni
Applicants sent

Stažení projektu
Project withdrawn

Referenční kód
Reference code

Vybrán kandidát
Chosen candidate



Profil kandidáta (vyplňte v případě, že požadujete praktikanta nalézt)
Candidate's profile (fill in case you are looking for an intern)

Vzdělání Education	<input type="checkbox"/> ekonomické economics	<input type="checkbox"/> technické technology	<input type="checkbox"/> IT IT	<input type="checkbox"/> jiné other
Jazykové znalosti Language skills	<input type="checkbox"/> AJ English	<input type="checkbox"/> NJ German	<input type="checkbox"/> jiné other	
	<input type="checkbox"/> A1	<input type="checkbox"/> A1	<input type="checkbox"/> A1	
	<input type="checkbox"/> A2	<input type="checkbox"/> A2	<input type="checkbox"/> A2	
	<input type="checkbox"/> B1	<input type="checkbox"/> B1	<input type="checkbox"/> B1	
	<input type="checkbox"/> B2	<input type="checkbox"/> B2	<input type="checkbox"/> B2	
	<input type="checkbox"/> C1	<input type="checkbox"/> C1	<input type="checkbox"/> C1	
	<input type="checkbox"/> C2	<input type="checkbox"/> C2	<input type="checkbox"/> C2	
Případné obsazení projektu zahraničním studentem Possible acceptance of a foreign student			<input type="checkbox"/> ano / yes	<input type="checkbox"/> ne / no
PC požadavky PC requirements				
Další požadavky Other requirements				

Příloha č. 2 Potvrzení o povinné praxi

ŠKODA



Nábor a HR marketing
V. Klementa 869
293 60 Mladá Boleslav
Tel: +420 326 816 763 | barbora.svarovska@skoda-auto.cz

V _____, dne 7. prosince 2015

Potvrzení o povinné praxi

Tímto potvrzujeme, že

pan/paní

narozený/á dne

je studentem/kou _____ semestru řádného denního studia _____ studijního programu na
(vysoké škole/univerzitě).

Dále potvrzujeme, že praxe v termínu od _____ do _____ (**doplnit vždy celé kalendářní měsíce**) je povinná a je nedílnou součástí studia. Bez vykonání této praxe nemůže student řádně zakončit studium. Hodiny strávené na praxi se podle pravidel školy započítávají do celkového počtu vyučovacích hodin, které je student povinen v rámci studia odstudovat.

.....

Podpis studenta/ky

.....

Razítko a podpis zástupce VŠ

ŠKODA AUTO a.s.
Tř. Václava Klementa 869, 293 60 Mladá Boleslav, Czech Republic
ICO: 00177041, Městský soud v Praze B 332
T + 420 326 8 - 11 111

Příloha č. 3 Výkaz činnosti praktikanta

ŠKODA



Výkaz činnosti praktikanta Intern's activity sheet

Jméno a příjmení
First and last name

Osobní číslo
Personal number

Oddělení
Department

Vedoucí praxe
Supervisor

Realizované aktivity Activities

Období
Period

Zodpovědná osoba
Responsible person

Realizované aktivity
Activities

.....
Vedoucí praxe
Internship supervisor

.....
Praktikant
Intern

Příloha č. 4 Hodnocení praktikanta

ŠKODA



Hodnocení praktikanta Evaluation of intern

Osobní údaje Personal details

Jméno
First name

Příjmení
Last name

Osobní číslo
Personal number

Typ pobytu Type of internship

povinná praxe
mandatory internship

bakalářská práce
bachelor thesis

dobrovolná praxe
voluntary internship

diplovová práce
diploma thesis

disertační práce
doctoral thesis

Pobyt Stay

Termín pobytu
Dates of stay

Oddělení
Department

Vedoucí praxe
Internship supervisor

Popis projektu/tématu závěrečné práce
Description of internship project/final thesis

Následující část vypňte dle škály

The following part is to be rated according to this scale

1 – zcela souhlasím absolutely agree	2 – převážně souhlasím somewhat agree	3 – převážně nesouhlasím somewhat disagree	4 – nesouhlasím absolutely disagree	
1	2	3	4	
Pracovní tempo Work pace				
1.1 intenzivní, vytrvalé intensive, persistent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 účelné purposeful	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3 dodržování termínů meeting deadlines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Iniciativa/samostatnost Initiative/self-reliance				
2.1 samostatnost self-reliance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2 spontánní iniciativa spontaneous initiative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvalita práce Work quality				
3.1 pečlivost, vytrvalost thoroughness, persistence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2 bezchybnost faultlessness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Týmová práce Team work ability				
4.1 spolupráce cooperation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2 ochota pomoci willingness to help	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3 akceptace v týmu acceptance in team	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Komunikační schopnosti Communication abilities				
5.1 vhodná formulace appropriate choice of words	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2 respekt dialogu respect for dialogue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3 trefná argumentace apposite argumentation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Další odborné znalosti/schopnosti (cizí jazyky, PC, ...)
Special knowledge/abilities (foreign languages, PC, ...)

Doporučení praktikanta

The intern is recommended

k další praxi

for another internship

ano/yes

ne/no

jako potenciální zaměstnanec
as a potential employee

v mém oddělení
in my department

v jiném oddělení
in another department

Poznámky

Notes

V Mladé Boleslavi

In Mladá Boleslav

Vedoucí praxe/závěrečné práce
Internship/final thesis supervisor

S Hodnocením jsem byl/a seznámen/a, od vedoucího praxe/závěrečné práce mi společně s ním byla poskytnuta zpětná vazba.
I was familiar with the evaluation, from my supervisor I get feedback on my internship/final thesis.

Praktikant

Intern

Příloha č. 5 Certifikát o absolvované praxi ve ŠKODA AUTO

CERTIFIKÁT CERTIFICATE

Mrs. / Paní

«Jméno» «Příjmení»

participated in the ŠKODA AUTO internship stay
absolvovala ve ŠKODA AUTO praktikantský pobyt

in the period / v období

from / od **«Začátek_smlouvy»** to / do **«Konec_smlouvy»**

at the department / v útvaru

«Název_útvary»

I. PERSONAL DATA / OSOBNÍ DATA

Name / jméno: **«Jméno» «Příjmení»**

Date of birth / datum narození: **«Datum_nar»**

II. INTERNSHIP DATA / DATA O POBYTU

Supervisor / odborný vedoucí: **«Vedoucí»**

Internship period / termín pobytu: **«Začátek_smlouvy»- «Konec_smlouvy»**

Department / oddělení: **«Název_útvary»**

Internship project / praktikantský projekt: **«Název_projektu»**

Days Works / počet odpracovaných dní: **xxx days / dní**
(1 day = 8 hours / 1 den = 8 hodin)

Recruitment and HR Marketing | Nábory a HR marketing
tel. +420 326 816 763, email: barbora.svarovska@skoda-auto.cz

Příloha č. 6 Hodnocení praxe

ŠKODA



Hodnocení pobytu Evaluation of internship

Osobní údaje Personal details

Jméno
First name

Příjmení
Last name

Osobní číslo
Personal number

Vzdělání Education

Název vysoké školy
University name

Fakulta
Faculty

Obor
Field of study

Předpokládané ukončení studia
Expected date of completion of studies

Typ pobytu Type of internship

povinná praxe
mandatory internship

dobrovolná praxe
voluntary internship

bakalářská práce
bachelor thesis

diplomová práce
diploma thesis

disertační práce
doctoral thesis

Pobyt Stay

Termín pobytu
Dates of stay

Oddělení
Department

Vedoucí praxe
Internship supervisor

Popis projektu/tématu závěrečné práce
Description of the internship project/final thesis

Následující část vyplňte dle škály

The following part is to be rated according to this scale

1 - zcela souhlasím
absolutely agree

2 - převážně souhlasím
somewhat agree

3 - převážně nesouhlasím
somewhat disagree

4 - nesouhlasím
absolutely disagree

Hodnocení péče vedoucího praxe/závěrečné práce

Evaluation of the internship/final thesis supervisor

1.1 byly jasně stanoveny úkoly a cíle

tasks and objectives were clearly defined

1	2	3	4
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.2 projekt/závěr. práce odpovídal/a mým představám

the project/final thesis corresponded with my wishes

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

1.3 vedoucí se se mnou pravidelně setkával a konzultoval se mnou mé úkoly

the supervisor regularly consulted the project with me

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

1.4 odpovídající technické a ostatní podmínky

appropriate technical and other conditions

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

1.5 vystupování vedoucího, spolupracovníků bylo vstřícné

the supervisor and other colleagues were forthcoming

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Hodnocení péče personálního marketingu

Evaluation of personal marketing

2.1 termín pobytu zajištěn dle mých představ

the dates of stay were arranged according to my wishes

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

2.2 umístění dle mých představ

I was placed according to my wishes

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

2.3 potřebné informace byly sdělovány včas

I received necessary information in time

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

2.4 organizace pobytu byla bez problémů

organization of stay was trouble-free

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Návrhy na zlepšení, připomínky

Suggestions for improvement, remarks

Mám zájem I am interested in		
	ano/yes	ne/no
absolvovat další praxi ve ŠKODA AUTO another internship at ŠKODA AUTO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vypracovat závěrečnou práci ve ŠKODA AUTO completing a final thesis at ŠKODA AUTO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
stát se zaměstnancem ŠKODA AUTO becoming a ŠKODA AUTO employee	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Důvody proč nemám zájem stát se zaměstnancem společnosti ŠKODA AUTO
Reasons why I am not interested in becoming an employee at ŠKODA AUTO

Poznámky
Notes

V Mladé Boleslavi
In Mladá Boleslav

Praktikant
Intern

ANOTAČNÍ ZÁZNAM

AUTOR	Barbora Svárovská		
STUDIJNÍ OBOR	6208R087 Podniková ekonomika a management obchodu		
NÁZEV PRÁCE	Personální marketing ŠKODA AUTO a.s. Nábor a péče o praktikanty		
VEDOUCÍ PRÁCE	doc. PhDr. Karel Pavlica, Ph.D.		
KATEDRA	KMM - Katedra managementu a marketingu	ROK ODEVZDÁNÍ	2015
POČET STRAN	52		
POČET OBRÁZKŮ	2		
POČET TABULEK	8		
POČET PŘÍLOH	6		
STRUČNÝ POPIS	<p>Bakalářská práce je zaměřena na analýzu současného stavu odborných praxí ve společnosti ŠKODA AUTO a.s. z pohledu nabídky typu spolupráce (povinná; nepovinná praxe) a průběhu praxe samotné.</p> <p>Současná koncepce je na základě benchmarkového průzkumu porovnávána se čtyřmi dalšími společnostmi na českém trhu. Tyto společnosti lze považovat pro společnost ŠKODA AUTO a.s. za konkurenční, ve smyslu získávání kvalitní pracovní síly.</p> <p>V závěru bakalářské práce je shrnuto, zdali je současná podoba odborných praxí udržitelná i do budoucna, případně jaké kroky by společnosti ŠKODA AUTO a.s. napomohly k jejich zefektivnění.</p>		
KLÍČOVÁ SLOVA	Praxe, Praktikant, ŠKODA AUTO		
PRÁCE OBSAHUJE UTAJENÉ ČÁSTI: Ne			

ANNOTATION

AUTHOR	Barbora Svárovská		
FIELD	6208R087 Business Management and Sales		
THESIS TITLE	HR Marketing in ŠKODA AUTO a.s. Recruitment and Care for Interns		
SUPERVISOR	doc. PhDr. Karel Pavlica, Ph.D.		
DEPARTMENT	KMM – Department of Management and Marketing	YEAR	2015
NUMBER OF PAGES			
	52		
NUMBER OF PICTURES			
	2		
NUMBER OF TABLES			
	8		
NUMBER OF APPENDICES			
	6		
SUMMARY	<p>This Bachelor Thesis is focused on analysis of current situation of the internships in company ŠKODA AUTO a.s. from the view of the offer of the type of cooperation (obligatory; non-obligatory internship) and the going of the internship itself.</p> <p>Current conception based on benchmark research is compared with four other companies on the Czech market. These companies can be viewed as competitive for ŠKODA AUTO a.s. in the meaning of gaining quality employees.</p> <p>In the end of the Bachelor Thesis is summarized whether the current situation of the internships can be maintained in the future or which steps would help internships in ŠKODA AUTO a.s. to be more efficient.</p>		
KEY WORDS	Internship, Intern, ŠKODA AUTO		
THIS INCLUDES UNDISCLOSED PARTS: No			