

Manažer a personalistika

metody získávání pracovníků:

- nabídka práce zveřejněná na úřadu práce nebo na internetu (nejčastěji pro výkonné pracovníky, manuální či administrativní)
- podniková vývěska/doporučení zaměstnancem (levné řešení, výhodou je, že doporučující zaměstnanec zná firemní kulturu)
- inzerce v tisku/rozhlase (výkonné činnosti, asistentské či nižší manažerské funkce)
- spolupráce s veřejnými vzdělávacími institucemi (např. rekvalifikační firmy, spolupracují s úřady práce)
- samostatné přihlášení (uchazeči „naslepo“ posílají své nabídky firmám, kde by chtěli pracovat, vhodné zejména pro absolventy)
- veletrhy pracovních příležitostí (většinou též cílí na absolventy a studenty)
- specializované agentury (outplacement, headhunting..., pro střední a vyšší management)

outplacement – poskytování služeb lidem, kteří jsou propouštěni

headhunting – „lovci hlav“, postupují diskrétně, oslovují vytipované kandidáty na obsazovanou pozici

výběr pracovníků:

- | | | |
|-------------------------------|------|------|
| • pohovor před komisí | 17 % | 25 % |
| • pohovor „mezi čtyřma očima“ | 81 % | 81 % |
| • dotazník | 83 % | 78 % |
| • testování schopností | 5 % | |
| • psychotest | 7 % | 10 % |
| • assesment centrum | 1 % | – |
| • grafologický rozbor | 1 % | – |
| • reference (doporučení) | 32 % | 33 % |

metody používané vždy nebo většinou ve firmách (v prvním sloupci je podíl v roce 1996, ve druhém v roce 1998), viz J. Koubek aj.: The Cranfield Project on European Human Resource Management. Acta Oeconomica Pragensia, 2000, č. 4, s. 57