

Abstrakt

Tématem diplomové práce je pedagogicko-psychologická podpora pro volbu povolání ve firmě ŠKODA AUTO. Cílem práce je popsat, ověřit a zhodnotit efektivitu systému marketingových akcí pro podporu volby povolání realizovaných prostřednictvím ŠKODA Akademie a Středního odborného učiliště strojírenského ŠKODA AUTO od náborových akcí k získání uchazečů až po umístění absolventů.

Práce má teoreticko-empirický charakter a je rozdělena do dvou částí. V teoretické části seznamuje s firemním systémem přípravy žáků učiliště na budoucí povolání, popisuje jednotlivé formy podpory pro volbu povolání s důrazem na jejich specifika.

Praktická část práce posuzuje prostřednictvím dotazníkového šetření provedeného mezi žáky 1. a 2. ročníku SOUs podíl jednotlivých marketingových akcí na rozhodování uchazečů o volbě povolání. Výzkumem provedeným mezi žáky 3. a 4. ročníku SOUs ověřuje, jak odborná praxe žáků ve firmě a zapojení odborných útvarů firmy do výuky ovlivňují kvalitu vzdělávání a nakolik se firemní politika umístování absolventů promítá ve volbě jejich budoucího povolání.

Klíčová slova

ŠKODA Akademie, Střední odborné učiliště strojírenské, volba povolání, marketing podpory, motivace, odborný výcvik, odborná praxe, alokace, výzkum.