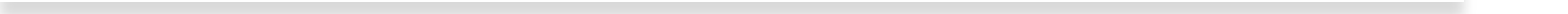


Formální úprava práce a citace

Mgr. Dagmar Halová

Obsah

A thick yellow horizontal bar spans the width of the slide, with a vertical yellow bar extending downwards from its right end.

- Šablona pro psaní závěrečné práce
 - Citační norma ČSN ISO 690:2022
 - Citační manažer
- 
- A thin grey horizontal bar is located at the bottom of the slide.

Šablona pro závěrečné práce

Formální úprava závěrečných prací

- Písmo: Times New Roman, velikost 12,
- Písmo nadpisů kapitol (první úrovně) – tučně, velikost 16,
- Písmo nadpisů podkapitol (druhá úrovně) – tučně, velikost 14,
- Písmo nadpisů podkapitol (třetí úrovně) – tučně, velikost 12,
- Řádkování – 1,5 řádků,
- Zarovnání textu – do bloku, odsazení prvního řádku odstavce 1,25 cm.
- Okraje – vlevo 3 cm, vpravo 2,5 cm, nahoře 2,5 cm, dole 2,5 cm
- Číslování – úvod a závěr se nečíslují, číslování se pouze kapitoly a podkapitoly, které se člení tečkami, ale bez mezer, na konci číselného výrazu se tečka nepíše,
- Citace – ČSN ISO 690:2022 - bibliografická citace účinná od 1. prosince 2022, odkaz: <https://www.Citace.Com/vyklad-csn-iso-690-2022.Pdf>
- Poznámky pod čarou – v závěrečné práci lze využít poznámky pod čarou, velikost písma 10, zarovnané do bloku a číslování průběžně,
- Tabulky – uvádějí se v textu nebo v příloze závěrečné práce, tabulky musí obsahovat pořadové číslo, název a zdroj informací,
- Obrázky – pod označením „obrázek“ – se uvádějí souhrnné označení grafů, schémat, musí obsahovat pořadové číslo, výstižný název a zdroj informací,
- Dle typografických pravidel na konci řádků se nesmí nechat jednopísmenná předložka, spojka, rozdělit číslice a příslušející jednotky, datum, čas, titul a příjmení, zkratky
- Dodržovat řazení kapitol do maximální třetí úrovně.
 - 1 Název kapitoly velikosti 16
 - 1.1 Název podkapitoly velikostí 14
 - 1.1.1 Název podkapitoly třetí úrovně velikostí 12
- **Většinu formálních náležitostí řeší šablona → nedovrtat!**

Název BP/DP

Bakalářská práce/Diplomová práce

Studijní program: Název programu

Specializace: Název specializace

Jméno a příjmení (studenta)

Název BP/DP česky

Název BP/DP anglicky

Bakalářská/Diplomová práce

Abstrakt

Abstrakt je zaměřen na základní představení závěrečné práce, kde je uveden cíl práce, čím se práce zabývá, jaké jsou použité metody a data (sekundární/primární). Výstupem závěrečné práce je i co je výstupem dané práce. Abstrakt, je psán v českém a anglickém jazyce. Struktura abstraktu je přibližně na 7–12 řádků s maximálním počtem 250 slov.

Abstract

Abstract of the final thesis in the English language. The abstract in the English language contains the same elements as in the Czech language.

Obsah

Obsah

Úvod	1
1 Kapitola (zaměřena na teoretická východiska).....	2
2 Kapitola (zaměřena na teoretická východiska).....	3
3 Metodologie.....	4
4 Empirická část (název kapitoly po dohodě s vedoucím práce)	5
5 Návrhy a doporučení	6
Závěr.....	7
Seznam použité literatury	8
Seznam tabulek.....	9
Seznam obrázků.....	10
Seznam zkratk.....	11
Seznam příloh.....	12

- Automaticky generovaný
- Nutno používat Styly
- Žádné ruční formátování
- Ví všichni, jak na to?

Úvod

V Úvodu se student zaměřuje především na představení dané práce. V Úvodu je taxativně vymezen cíl závěrečné práce.

Nacházíme se v době, kdy generace Z vstupuje na trh práce. Její nejstarší zástupci tak již učinili, ti mladší brzy dokončí studium a připojí se ke svým starším vrstevníkům. Je tedy velmi aktuální snažit se pochopit, jak tato generace uvažuje o práci a o svých kariérních možnostech. Zaměstnavatelé, kteří dokážou pracovat s nejmladší generací svých pracovníků tak totiž mohou získat konkurenční výhodu.

Cílem této disertační práce je zjistit, jak mají v prostředí českého trhu práce zaměstnavatelé pracovat na svém employer brandu a jak pracovat s nástroji personálního marketingu tak, aby naplňovali své cíle při získávání pracovníků generace Z. Zároveň tato disertační práce odpovídá na otázku, zda, resp. jaký mají sociální sítě potenciál při získávání pracovníků generace Z.

Práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část. Pro uvedení celé problematiky do aktuálního kontextu je úvod teoretické části věnován popisu aktuální situace na trhu práce v České republice. Následně se zabývá současným stavem poznání o employer branding a personálním marketingu a vymezením vztahu mezi těmito fenomény, na to je dále v práci navázáno tématem využití sociálních sítí v employer branding a personálním marketingu. Poslední kapitola teoretické části je zaměřena na získání odpovědi na otázku, jakou skupinu osob lze označit termínem generace Z a jaké jsou její doposud známé charakteristiky z pohledu řízení lidských zdrojů. Praktická část sleduje výzkumný cíl prostřednictvím kvalitativních i kvantitativních metod, kterými odpovídá na dílčí výzkumné otázky. Ty vychází z rozšířeného marketingového mixu personálního marketingu.

Pro získání odpovědí na tyto otázky byli osloveni respondenti z generace Z. Dále byli osloveni zástupci zaměstnavatelů, a to personalisté, manažeři a podnikatelé, kteří s generací Z pracují. Komparací úhlu pohledu generace Z z pozice uchazečů o práci a zaměstnavatelů coby poskytovatelů nabídek pracovních pozic vznikl výstup aplikovatelný v praxi při získávání pracovníků.

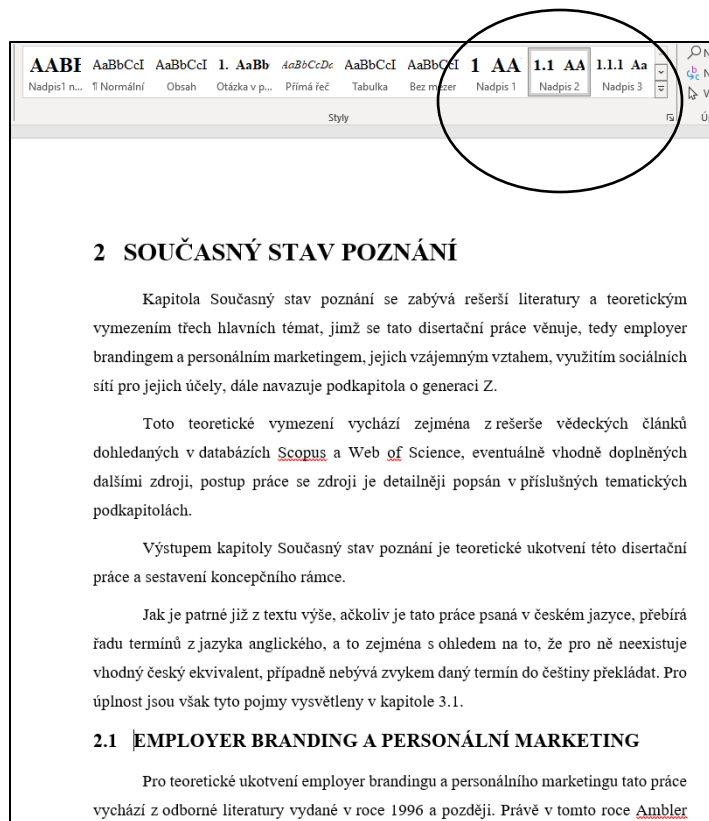
Proč to píšu

Co je cílem

Jaký je obsah práce

Jak bylo dosaženo cíle práce

Teoretická část



2 SOUČASNÝ STAV POZNÁNÍ

Kapitola Současný stav poznání se zabývá rešerší literatury a teoretickým vymezením třech hlavních témat, jimž se tato disertační práce věnuje, tedy employer brandingem a personálním marketingem, jejich vzájemným vztahem, využitím sociálních sítí pro jejich účely, dále navazuje podkapitola o generaci Z.

Toto teoretické vymezení vychází zejména z rešerše vědeckých článků dohledaných v databázích [Scopus](#) a [Web of Science](#), eventuálně vhodně doplněných dalšími zdroji, postup práce se zdroji je detailněji popsán v příslušných tematických podkapitolách.

Výstupem kapitoly Současný stav poznání je teoretické ukotvení této disertační práce a sestavení koncepčního rámce.

Jak je patrné již z textu výše, ačkoliv je tato práce psaná v českém jazyce, přebírá řadu termínů z jazyka anglického, a to zejména s ohledem na to, že pro ně neexistuje vhodný český ekvivalent, případně nebývá zvykem daný termín do češtiny překládat. Pro úplnost jsou však tyto pojmy vysvětleny v kapitole 3.1.

2.1 EMPLOYER BRANDING A PERSONÁLNÍ MARKETING

Pro teoretické ukotvení employer brandingů a personálního marketingu tato práce vychází z odborné literatury vydané v roce 1996 a později. Právě v tomto roce [Ambler](#)

1 Kapitola (zaměřena na teoretická východiska, literární rešerši)

V rámci akreditovaných studijních programů se počítá, že teoretická rešerše odborné literatury v bakalářských /diplomových závěrečných prací je v rozmezí 1/3 celkové práce. Celkové rozmezí teoretických rešerše závisí na tématu závěrečné práce.

Text celé závěrečné práce, a to od Úvodu po Závěr je psán v trpném rodu.

1.1.Kapitola druhé úrovně

1..1.1 Kapitola třetí úrovně

Metody

3 Metodologie

Obsahem této kapitoly je definovat metody a techniky sběru dat (sekundární data, primární data) včetně kvantitativního, kvalitativního nebo smíšeného výzkumu.

V této kapitole je důležité mít uvedený cíl práce, a to včetně i výzkumných otázek nebo hypotéz. Definování výzkumných otázek (dále jen „VO“) a hypotéz (dále jen „H“) je především určeno u studentů, kteří píšou diplomové práce. Počet VO nebo H by měl být adekvátní k řešené problematice (téma) a stanového cíle závěrečné práce.

- Odkud jsme brali sekundární data a proč (např. Český statistický úřad, Eurostat,...)
- Jak jsme s těmito daty pracovali
- Jak jsme sbírali naše (primární data) → dotazníky, rozhovory
- Kdo byli respondenti a jak jsme je vybrali

Cíl práce a výzkumné otázky

1.4 CÍL PRÁCE

Hlavním cílem této práce je komparací úhlu pohledu dvou skupin respondentů (zaměstnavatelů a generace Z) zjistit, jak mají čeští zaměstnavatelé pracovat na svém employer brandu a jak pracovat s nástroji personálního marketingu, tak aby naplňovali své cíle při získávání pracovníků generace Z v České republice.

Pro dosažení hlavního cíle práce budou naplněny tři dílčí cíle:

- 1) Vymežit vztah mezi employer brandingem a personálním marketingem.
- 2) Vymežit, kdo je to generace Z,
 - nejen ve smyslu rozmezí let narození, ale také toho, jaké osoby ze socioekonomického hlediska lze do generace Z zařadit,
 - charakterizovat generaci Z v souvislosti s jejím přístupem k uplatnění na trhu práce.
- 3) Využití sociálních sítí v personálním marketingu zacíleném na generaci Z v České republice
 - Zjistit, zda jsou sociální sítě vhodný komunikační nástroj mezi zaměstnavateli a uchazeči z generace Z,
 - Popsat, jaký je přístup zaměstnavatelů k získávání generace Z.

1.5 KLÍČOVÉ VÝZKUMNÉ OTÁZKY

Aby mohlo být dosaženo výše uvedených cílů, byly stanoveny výzkumné otázky, které vychází z rozšířeného personálního marketingového mixu.

- 1) Produkt: Odpovídají podmínky nabízené českými zaměstnavateli očekáváním, které má od kariéry generace Z v ČR?
- 2) Cena: Je česká generace Z schopna, resp. ochotna zaměstnavatelům nabídnout to, co od ní očekávají?
- 3) Místo: Korespondují představy české generace Z o pracovišti, kde chtějí pracovat, s tím, co jim zaměstnavatelé nabízí?
- 4) Propagace: Jaké komunikační nástroje zaměstnavatelé a generace Z využívají na českém trhu práce?
- 5) Proces: Korespondují nástroje adaptace využívané českými zaměstnavateli s potřebami generace Z?
- 6) Lidé: Kdo by měl být podle českých zaměstnavatelů a generace Z zodpovědný za péči o pracovníky?
- 7) Fyzické důkazy: Jakou firemní kulturu preferuje generace Z ve srovnání s tím, co nabízí zaměstnavatelé v ČR?

Empirická část

- To, co jste zjistili 😊
- Grafy, tabulky, schémata,...
- Doplněné vlastním komentářem

4 Empirická část

- název kapitoly po dohodě s vedoucím práce

Výše zmíněná kapitola věnuje pozornost empirickým neboli praktickým věcem, na kterou se bakalářská či diplomová práce zaměřuje.

Návrhy a doporučení

- Co z vašich zjištění plyne
- Co doporučujete

5 | **Návrhy a doporučení**

- volitelná kapitola, nemusí být, vždy je nutné název kapitoly prokonzultovat s vedoucím práce,

Závěr

- Co bylo cílem
- Jak jste toho cíle dosáhli
- Co jste zjistili
- K čemu je to dobré
- Jaké jsou limity výzkumu a co jste nezkoumali

Závěr

Cílem bakalářské/diplomové práce bylo

Uvádí se i přínosy závěrečné práce.

Seznam použité literatury

Seznam použité literatury

- [1]
- [2]
- [3]
- [4]
- [5]
- [6]
- [7]
- [8]
- [9]
- [10]

Monografie, vědecké příspěvky, webové odkazy – řadit podle abecedy.

Legislativní dokumenty

- pokud bakalářské/diplomová práce se neodkazuje na legislativní zdroje, tak daný nadpis nemusí být.

- Dle citační normy ISO 690:22
- Můžeme si pomoci citačním manažerem

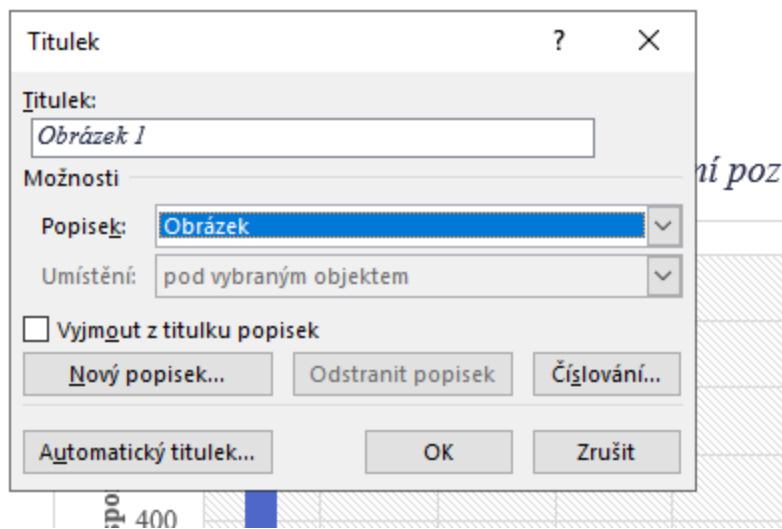
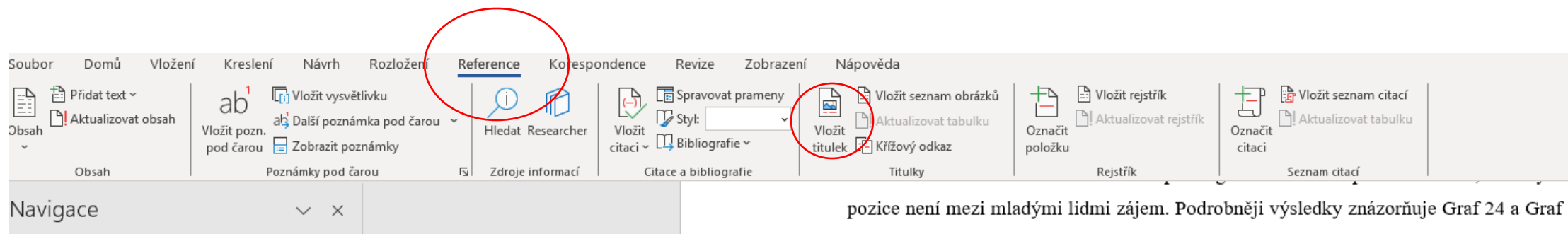
Seznam tabulek, obrázků, zkratk a příloh

Seznam obrázků

Důležité upozornění, a to, že grafy, schémata jsou chápány jako obrázky.

- Doporučuji používat křížové odkazy → automatické číslování tabulek a obrázků + automaticky generovaný seznam

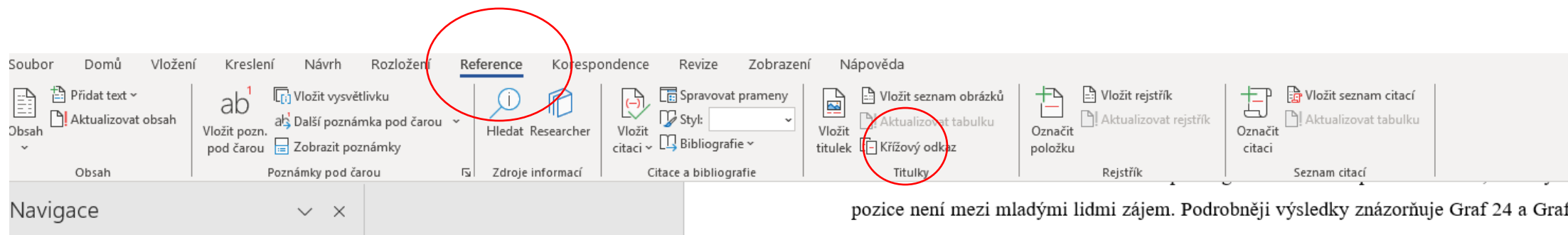
Jak na titulky



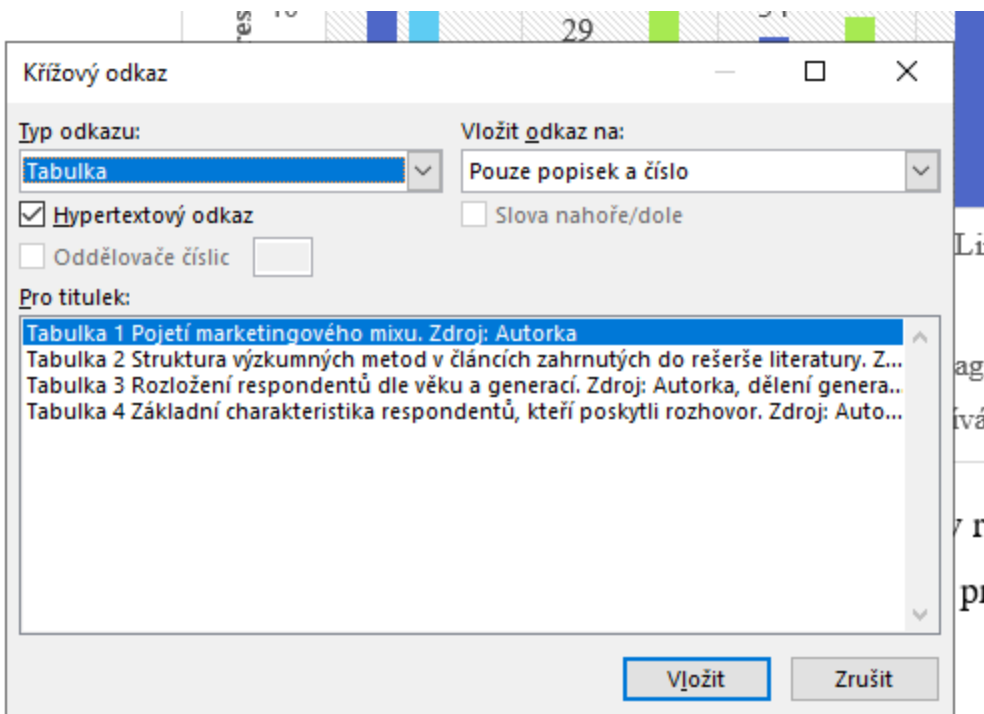
Tabulka 3 Rozložení respondentů dle věku a generací. Zdroj: Autorka, dělení generací dle McCrindla a Wolfingera (2014)

Věkové rozmezí	Generace	Počet respondentů
1949 a starší	Tradicionalisté	0
1950–1964	Baby boomers	2
1965–1979	X	22
1980–1994	Y	46
1995 a mladší	Z	12

Jak na křížové odkazy

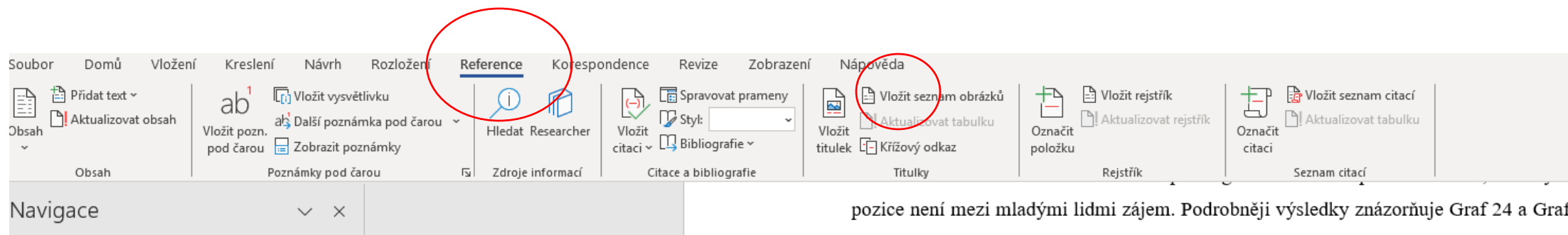


pozice není mezi mladými lidmi zájem. Podrobněji výsledky znázorňuje Graf 24 a Graf

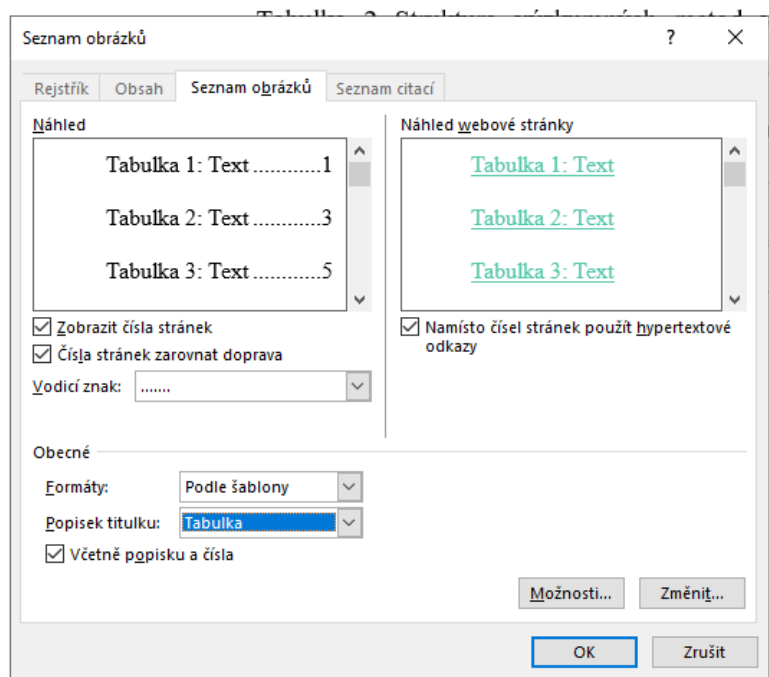


Tento dotazník vyplnilo 83 respondentů, z toho 37 mužů a 44 žen, jeden si nepřál pohlaví uvést. **Tabulka 3** ukazuje přehled respondentů dle jejich věku, resp. příslušnosti ke generacím dle McCrinkla a Wolfingera (2014). Vyplývá z ní, že dva respondenti byli tzv. Baby boomers, 22 náleželo do generace X, nejvíce respondentů, tedy 46, bylo z generace Y a 12 respondentů z generace Z. Co se týče nejvyššího dosaženého vzdělání, 16 respondentů dokončilo střední školu s maturitou, 3 vyšší odbornou školu a 63 dosáhlo vysokoškolského vzdělání.

Jak na generovaný seznam tabulek/obrázků



pozice není mezi mladými lidmi zájem. Podrobněji výsledky znázorňuje Graf 24 a Graf

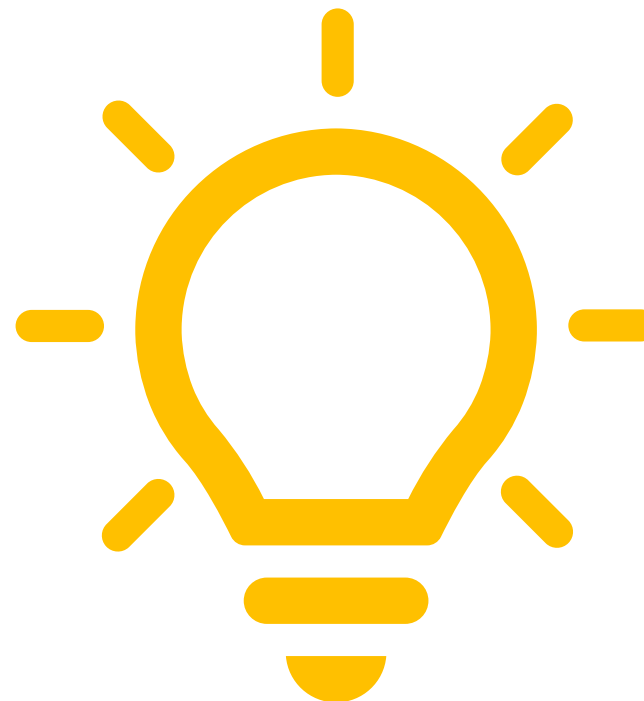


SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Pojetí marketingového mixu. Zdroj: Autorka.....	21
Tabulka 2 Struktura výzkumných metod v článcích zahrnutých do rešerše literatury. Zdroj: Autorka.....	32
Tabulka 3 Rozložení respondentů dle věku a generací. Zdroj: Autorka, dělení generací dle McCrindla a Wolfingera (2014).....	53
Tabulka 4 Základní charakteristika respondentů, kteří poskytli rozhovor. Zdroj: Autorka	56

Proč používat styly a další funkce ve Wordu

- Vypadá to profesionálně
- Časová investice do toho, abychom se to naučili, se nám vrátí na efektivitě práce
 - Minimalizace chyb
 - Automatické přečíslování/změny
 - Nemusím vše procházet/kontrolovat ručně
 - Hypertextové odkazy



Praktická rada na závěr

- Práci psát v cloudu (OneDrive, Dropbox, Google Disk,...)
- Při každé větší úpravě Uložit jako → další verze práce
 - Např. bakalářská práce 01.1, 01.2 (...) 10.3 final
 - Když zjistím chybu, u které nevím, kdy vznikla, můžu se vrátit k předchozím verzím
 - Takovou situaci neřeší tlačítko Zpět
 - Cloudy mívají časově omezené přístupy do předchozích verzí

Jak citovat

ČSN ISO 690:22

Proč citovat

- Aby naše práce nebyla plagiát
- Důvěryhodnost – myšlenky v práci mám podložené relevantními zdroji
- Dohledatelnost zdrojů
 - Možnost ověřit si, že mám pravdu
 - Kdo chce o tématu vědět více, může si zdroj vyhledat
- Hlavně: nekrademe
 - Autor myšlenky má právo, aby se vědělo, že na to přišel on
 - Všichni víme, že je špatné krást hudbu, filmy, hry, věci v obchodě... stejně tak se nemají krást nápady ;)

Základní pojmy

- Citát/doslovná citace
 - Citát neboli přímá citace je doslovné převzetí cizího textu nebo myšlenky. Zapisuje se vždy do uvozovek a je potřeba u něj uvést odkaz na použitý citovaný zdroj.
- Parafráze
 - Parafráze neboli nepřímá citace je převyprávění cizí myšlenky nebo textu vlastními slovy. Je potřeba dbát na přesné vyjádření původní myšlenky. U parafráze vždy uvádíme odkaz na použitý informační zdroj.
- Primární citace
 - Zdroj, ve kterém si daná myšlenka objevila poprvé
- Sekundární citace
 - Sekundární citace neboli citace citace je citace převzatá přes zprostředkující pramen, protože originální informační zdroj není v dané chvíli k dispozici. V případě, že autor přebírá myšlenku z jiného zdroje, ve kterém již tato myšlenka byla parafrázována nebo doslovně převzata, můžeme se uvést jak informační zdroj, se kterým aktuálně pracuje, tak i původní informační zdroj.



Prvky citace

Autor/autoři

PECENOVÁ, Elena. *Jako bych očima fotografovala stále ty stejné snímky.* Praha: Akademie výtvarných umění, 2022. ISBN 978-80-88366-34-8.

ČAPEK, Karel a ČAPEK, Josef. *Krakonošova zahrada.* Praha: Levné knihy KMa, 2000. ISBN 80-86425-15-0.

VASUNG, Lana; LEPAGE, Claude; RADOŠ, Milan; PLETIKOS, Mihovil; GOLDMAN, Jennifer S. et al. Quantitative and Qualitative Analysis of Transient Fetal Compartments during Prenatal Human Brain Development. Online. *Frontiers in Neuroanatomy*. 2016, vol. 10, article 11. Dostupné z: <https://doi.org/10.3389/fnana.2016.00011>. [cit. 2023-01-29].

Prvky citace

Název

BĚLOHLÁVEK, František a ANDRLE, Ivoš. *Osobní počítač: učebnice pro každého*. Vranov nad Dyjí: Votobia, 1992. ISBN 80-85619-17-2.

Součásti

Příspěvek ve sborníku

HE, Tianyu; CHEN, Xiaoming; CHEN, Zhibo; LI, Ye; LIU, Sen et al. Immersive and collaborative Taichi motion learning in various VR environments. Online. In: *2017 IEEE Virtual Reality (VR)*. Los Angeles, March 18–22, 2017. Los Angeles: Institute of Electrical and Electronics Engineers, © 2017. Dostupné z: <https://doi.org/10.1109/VR.2017.7892299>. [cit. 2023-03-16].

Formát zdroje (je-li podstatný)

SAARELA, S. On being a female supervisor in forest research education. Online. *Silva Fennica*. 2020, vol. 54, no. 2, article 10362. Dostupné z: <https://doi.org/10.14214/sf.10362>. [cit. 2022-09-10].

Vydání

ANDRLE, Ivoš a BĚLOHLÁVEK, František. *Osobní počítač. 3. dopl. vyd.* Učebnice pro každého (Rubico). Olomouc: Rubico, 1996. ISBN 80-85839-03-2.

Odkaz

ÚŘAD PRO PUBLIKACE EVROPSKÉ UNIE. *EUR-Lex: přístup k právu Evropské unie*. Online. © 1998–2023. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=cs>. [cit. 2023-01-18].

Místo, nakladatel, rok vydání

KUTNOHORSKÁ, Jana. *Historie ošetřovatelství*. Sestra. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3224-4.

Číslování a stránkování

- Řadíme větší celek před menší (nejdřív uvedeme ročník časopisu a pak teprve číslo, strany apod.).
- Údaj o celkovém počtu stran (např. u knih) je nepovinný, povinně se strany uvádí u částí dokumentů (např. u článků nebo příspěvků ve sborníku).

BROWN, Mary Ellen a DINECOLA, Cassie. Technology and community-engaged research. Online. *Journal of Technology in Human Services*. 2020, vol. 38, no. 1, s. 3–21. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15228835.2019.1577790>. [cit. 2022-03-08].

MYNÁŘOVÁ, Věra. Obalkyknih.cz – služba knihovnám a jejich uživatelům. Online. *Duha: Informace o knihách a knihovnách*. 2011, roč. 25, č. 1. ISSN 1804-4255. Dostupné z: <http://duha.mzk.cz/clanky/obalkyknihcz-sluzba-knihovnam-jejich-uzivatelum>. [cit. 2023-02-10].

VESELÁ, Linda. Recommended procedure for headroom design according to geometric parameters of building structures. Online. *Acta Polytechnica*. 2022, vol. 62, no. 6, s. 654–659. Dostupné z: <https://doi.org/10.14311/AP.2022.62.0654>. [cit. 2023-02-24].

BECHER, Peter. Eine ganz andere Färbung. *Sudetenland*. 2018, Jg. 60, H. 4, s. 389–390. ISSN 0562-5173.

Identifikátory

- ISBN (knihy)
- ISSN (časopisy)
- DOI (elektronické verze článku)

ORWELL, George. *Farma zvířat*. Blanka CARRIÈRE (překladatelka); Iwan KULIK (ilustrátor). Praha: Rybka Publishers, 2021. ISBN 978-80-87950-63-0.

SMITH, John. The role of technology in education. *Education Today*. 2019, vol. 23, no. 1, s. 10–15. ISSN 1234-5678.

LEBA, Ondřej. Paruka: kulturní domény dragu. Online. *AntropoWebzin*. 2022, roč. 18, č. 1–2, s. 43–51. Licence: CC BY 3.0. eISSN 1801-8807. Dostupné z: <http://www.antropoweb.cz/webzin/index.php/webzin/article/view/307>. [cit. 2023-04-04]

FISER, Ondrej a KOVALCHUK, Maria. On Theoretical Accuracy of Meteorological Targets Measurement by Radar. Online. *Radioengineering*. 2022, vol. 31, no. 2, s. 176–184. Dostupné z: <https://doi.org/10.13164/re.2022.0176>. [cit. 2023-02-27].

Jak si to usnadnit?

- Citační manažer
- <https://www.citace.com/>
- Citace PRO Free
 - Automatické generování citací dle ISBN nebo DOI
 - Správa citací (složky, třídění, export,...)
 - Umožňuje ČSN ISO 690:22
- Citace PRO Plus
 - Placená verze (199 Kč/měsíc)
 - Doplněk pro MS Word → automatické generování citací přímo ve Wordu
 - Další citační styly

Vytvořit ▶

Zvolte citační styl

ČSN ISO 690:2022 [číslován] ▼

Moje složky ▼

- ▶ Všechny citace
- ▶ Aplikace marketingového mixu
- ▶ Lidský faktor v managementu
- ▶ Management vědy 10
- ▶ Personální marketing ve veřejn
- ▶ Perspektiva generace Z na česk
- ▶ Užítí marketingového mixu per:
- ▶ Koš

Publikado ▼

- ▶ Publikado

Sdíleno se mnou ▼



Kniha

Citace v seznamu literatury:

Zkopírovat citaci

[zobrazit další údaje](#)

ISBN*:

Autoři:

Jméno:	Příjmení:	Role:	<input type="info"/>
--------	-----------	-------	----------------------

+ Přidat autora

Název*:

Vydání*:

Místo vydání:

Nakladatelství*:

Rok vydání*:

[zobrazit další údaje](#)

Uložit a zkontrolovat

[zobrazit další údaje](#)

ISBN*:

9788024722023



Autoři:

Jméno:

Příjmení:

Role:



[+ Přidat autora](#)

Název*:



Vydání*:



Místo vydání:



Nakladatelství*:



Rok vydání*:






[zobrazit další údaje](#)



[Uložit a zkontrolovat](#)

ISBN*:  

Autoři:

Jméno:	Příjmení:	Role:	
<input type="text" value="Josef"/>	<input type="text" value="Koubek"/>	<input type="text" value="Autor"/> 	

[+ Přidat autora](#)

Název*:  

Vydání*: 

Místo vydání: 

Nakladatelství*: 

Rok vydání*: 

[zobrazit další údaje](#)

[Uložit a zkontrolovat](#)



Personální práce v malých a středních firmách

Koubek Josef

Knihy

Citace v seznamu literatury:

KOUBEK, Josef. *Personální práce v malých a středních firmách*. 3., aktualiz. a rozš. vyd. Manažer. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-802-4722-023.

Ukončit editaci

Zkopírovat citaci

[zobrazit další údaje](#)

ISBN*:

978-802-4722-023

Autoři:

Jméno:

Josef

Příjmení:

Koubek

Role:

Autor

[+ Přidat autora](#)

Název*:

Personální práce v malých a středních firmách

Vydání*:

3., aktualiz. a rozš. vyd

Místo vydání:

Praha

Nakladatelství*:

Grada

Rok vydání*:

2007

[zobrazit další údaje](#)

Uložit a zkontrolovat





Personální práce v malých a středních firmách

Koubek Josef

Knih

Citace v seznamu literatury:

KOUBEK, Josef. *Personální práce v malých a středních firmách*. 3., aktualiz. a rozš. vyd. Manažer. Praha: Grada. ISBN 978-802-4722-023.

Ukončit editaci

Zkopírovat citaci

[zobrazit další údaje](#)

ISBN*:

978-802-4722-023

Autoři:

Jméno:

Příjmení:

Role:

Josef

Koubek

Autor

[+ Přidat autora](#)

Název*:

Personální práce v malých a středních firmách

Vydání*:

3., aktualiz. a rozš. vyd

Místo vydání:

Praha

Nakladatelství*:

Grada

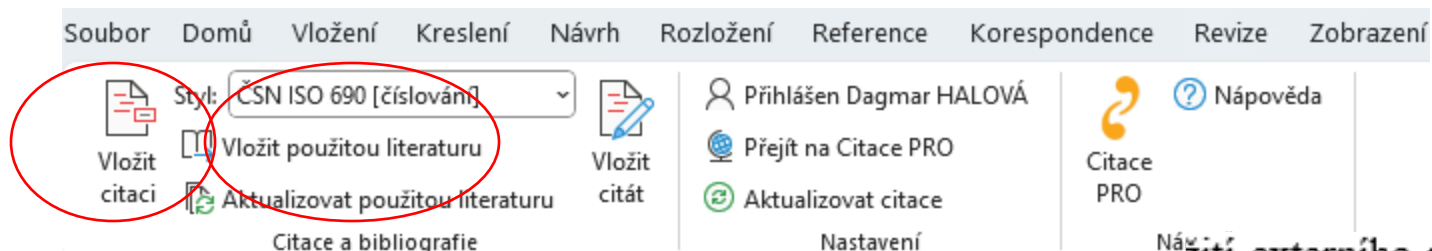
Rok vydání*:

Vyplňte povinné pole

[zobrazit další údaje](#)

Uložit a zkontrolovat

Doplněk do Wordu



Aktualizovat citace a bibliografii

9 BIBLIOGRAFIE

Aggarwal, A., Sadhna, P., Gupta, S., Mittal, A., & Rastogi, S. (2020). Gen Z entering the workforce: Restructuring HR policies and practices for fostering the task performance and organizational commitment. *Journal of Public Affairs*, 1-18. <https://doi.org/10.1002/pa.2535>

Akhavan Sarraf, A., Abzari, M., Nasr Isfahani, A., & Fathi, S. (2017).

Vložená citace

Hledat citaci: mcj

Druh	Autor
El. článek	Blauth, Chm
El. kniha	McCarthy, E
Příspěvek na webu	Němcová, V
El. článek	Omca Čoba
El. periodikum	
El. článek	Kucherov, I
Kniha	McCindle, I
Kniha	Habemas, S
El. článek	Villeda, Mar

- Upravit citaci
- Upravit referenci
- Převést citaci na statický text
- Aktualizovat citace a bibliografii

Upravit citaci

Přidat

Stránky:

Potlačit

Autor Rok Název

OK Zrušit

Anderson, C. (2015). *Repurposing HR: From a Cost Center to a Business Accelerator* (1 ed.). Society For Human Resource Management. <https://www.scribd.com/book/287968766/Repurposing-HR-From-a-Cost-Center-to-a->



Tip na závěr: Jak parafrázovat

- Přečtu si text, který chci parafrázovat
 - Minimalizuji okno s tímto textem
 - Vlastními slovy napíšu, co z toho chci říct
 - Zkontroluji si, že jsem danou myšlenku nepřekroutila
 - Zazdrojuji
- Vyhnu se tím plagiátorství, protože mě to nutí používat vlastní slova
-

Dotazy?

Děkuji za pozornost
dagmar.halova@mvso.cz