

Vysoká škola technická a ekonomická
v Českých Budějovicích

Ústav podnikové strategie

Bc. Řízení lidských zdrojů

Závěrečná zpráva
o průběhu semestrální
praxe

Dominika Češková

2023

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem závěrečnou zprávu o průběhu semestrální praxe vypracoval/a samostatně a že údaje zde uvedené jsou pravdivé.

V Českých Budějovicích, dne: 10.5.2023



.....

vlastnoruční podpis

Obsah

1	Úvod	1
2	Náplň a průběh praxe.....	3
3	Zhodnocení praxe studentem.....	7
4	Závěr.....	8
	Přílohy.....	10

1 Úvod

Odbornou praxi jsem vykonávala ve firmě ARTO Design, s.r.o. Je to místní firma s 15letou existencí na trhu práce. Zabývají se reklamou pro jednotlivce, malé podniky a velké podniky. Zajišťují vše od návrhu až po realizaci. Poctivá a kvalitní práce je zde prioritou a samozřejmostí je plnění daných termínů. Každý zákazník je pro ně důležitý a ke každému zákazníkovi se chovají s úctou a pokorou.

ARTO Design, s.ro. zajišťuje:

Grafika & branding

Zpracování kompletní grafické návrhy dle zákaznickových požadavků. Navrhování loga, který poslouží pro lepší vizualizaci firmy. Dále graficky zpracují Vaše letáky, plakáty, vizitky.

Logo a firemní identita

Navrhování originálního moderního loga, které si zákazníci snadno a rychle zapamatují a spojí si ho s danou firmou. Navrhované logo bude reflektovat firemní kulturu, vizi a cíle. Dále je tu možnost i rebranding stávajícího loga (zvolení jiných barev a písma).

Tisk reklamních materiálů

Velkoplošný produkční tisk na tiskovém plotteru. Tisknutí samolepek, bannerů, plakátů, tapet.

Reklamní polepy

Firma zajišťuje návrh po nalepení až po kompletní realizaci. Folie mají dlouhou životnost (vydrží za každého počasí).

Malby reklam

Reklamní předměty, reklamy na textil, vlajky a muší křídla

Drobné reklamní předměty (od návrhu až po realizaci). Polepení triček, hrnečků, diářů. Vyrábí reklamní vlajky, závěsné vlajky i volně stojící vlajky typu „muší křídlo“.

3D loga

K výrobě loga se používá nejčastěji polystyren. Hodí se do interiéru i exteriéru.

Orientační systémy

Vyrobení orientačních systémů přesně na míru podle zákaznickových požadavků a podnikových prostorů. Vhodné do interiéru (jmenovky u dveří, označení firemních prostor) tak exteriéru (směrové a navigační cedule).

Světelná reklama

Výroba led světelných zařízení (nápisy, osvětlení do interiéru).

Prezentační a výstavní systémy

Nejčastěji se používají roll-upy, prezenční stolky, reklamní stěny a další prezentační systémy.

2 Náplň a průběh praxe

Ve firmě, kde jsem praxi vykonávala jsem strávila 3 měsíce (od půlky ledna do konce dubna). Celkově je to 520 hodin. První týden jsem se seznamovala s chodem firmy s programem, se kterým pracují a s administrací ve firmě. Dále jsem se seznamovala s personálními aktivitami a částečně i s marketingovými činnostmi. Má školitelka mě během 3 měsíců postupně seznamovala s 5 výstupy, které máme mít splněné. Postupem času jsem plnila úkoly samostatně.

1) Ovládá činnosti a aktivity podnikového personalisty (HR specialisty) v oblasti získávání, přijímání a výběru zaměstnanců a adaptace zaměstnanců

Když jsem nastupovala na praxi tak ve firmě působily 3 zaměstnankyně. Jednatelka firmy, grafička a realizátorka zakázek. Z toho 2 zaměstnankyně jsou na HPP, ale grafička byla ve zkušební době od ledna. Jednatelka firmy mi popsala, jak probíhalo hledání zaměstnance na danou pozici až po samotný proces výběru (návrh inzerce na pozici, pohovory a konečné rozhodování).

Pracovní inzerát byl vyvěšen na sociální sítě (Facebook, Instagram, různé pracovní portály). Poté probíhalo vybírání kandidátů, které si pozvou na pracovní pohovor. Pročítání životopisů a praxe (což je pro firmu důležité, aby grafik pracoval dobře a rychle a zákazníci byli spokojeni). Firma si kladla podmínku, aby grafik uměl pracovat v programu CorelDraw anebo v Adobe Photoshop a dále aby přiložil své dosavadní práce. Vybraní kandidáti byli pozváni na pracovní pohovor, kde se setkali s jednatelkou firmy. Kandidáti vyslovili své požadavky na práci a firma také vyslovila své požadavky. Konalo se i druhé kolo pracovního pohovoru, kde kandidáti prezentovali své dosavadní tvorby ve grafice.

Nakonec byl vybrán 1 uchazeč a byla s ním sjednána zkušební doba na 3 měsíce. Následně byl zaměstnanec zapsán do programu Pohoda Mini, kde se zapsali jeho osobní údaje a další povinné údaje). Dále pak zaměstnavatel musí 8 kalendářních dnů registrovat na příslušnou Správu sociálního zabezpečení. Zaměstnavatel se musí přihlásit i na zdravotní pojišťovně, kde je přihlášen zaměstnanec. Tyto všechny úkony jsem si zkusila zapsat do programu Pohoda Mini, kde jsem vyplňovala formuláře spojené s přijetím zaměstnance. Jednatelka firmy zajistila školení BOZP a zaměstnankyně podepsala formulář s tím spojený. Dále zaměstnankyně podepsala prohlášení k dani.

Zaměstnankyně se seznamovala s chodem firmy, a i s novou kolegyní. Každý den si řekly, co bude následovat a jaký bude postup. Komunikace mezi zaměstnanci je důležitá pro stmelování kolektivu a udržování dobrých vztahů na pracovišti.

Během zkušební doby se zaměstnankyně projevila jako nespolehlivá, neplnila své pracovní povinnosti tak jak měla. Byla i svéhlavá a nerespektovala připomínky od jednatelky firmy. Proto se jednatelka rozhodla o rozvázání pracovního poměru ve zkušební době.

V tu dobu byla firma bez grafika. Jednatelka firmy mi zadala úkol, abych vytvořila pracovní inzerát na pozici Grafik (viz příloha č.1). Inzerát jsem tvořila v programu CorelDraw a programu Canva. Snažila jsem se zachovat barvy, které má firma v logu. Do pracovního inzerátu jsem dávala všechny důležité informace (jaký by měl mít vlastnosti a zkušenosti, místo pracovního výkonu). Celý proces tvorby inzerátu jsem probírala s mojí školitelkou. Po schválení vzhledu a obsahu pracovního inzerátu jsem je vložila na sociální sítě (Facebook, Instagram, LinkedIn). Jelikož firma nebyla zaregistrována na pracovní síti LinkedIn – zde jsem vytvořila profil firmy (viz příloha č.2).

Abych věděla, jak najít vhodné kandidáty na pracovní síti LinkedIn – podstoupila jsem online školení sourcingu. Po skončení školení už jsem věděla, jak správně hledat na LinkedIn. Seznam potenciálních uchazečů jsem předala školitelce, která si zapsala jejich e-maily nebo telefonní čísla.

2) Ovládá činnosti a aktivity podnikového personalisty (HR specialisty) v oblasti řízení a hodnocení pracovního výkonu zaměstnanců, motivace a odměňování zaměstnanců

Jak probíhá hodnocení pracovního výkonu zaměstnanců ve firmě? V tak malé firmě jako je ARTO Design, s.r.o. se nic nezatají, neschová. Firma sídlí ve Výměníku, který má 2 patra. Ve 2. patře sedí jednatelka firmy a grafik. V 1. patře jsou folie, plotter, tiskárna a prostor pro lepení aut, karavanů a následuje dílna, kde se zpracovávají zakázky. Vše je slyšet (všechny starosti, že něco nejde nebo že se něco nepovedlo). Dalo by se říct, že hodnocení zaměstnanců probíhá každý den, jelikož jednatelka „vše vidí“. Když se zakázka realizuje mimo firmu mají zaměstnanci dostatek času probrat jak své osobní věci, ale primárně rozebírají práci (co se povedlo/nepovedlo, jak budou postupovat). Po skončení realizace probíhá zhodnocení, kde se řekne, jak by se to příště mohlo udělat lépe, aby to bylo rychlejší nebo co kdo udělal špatně anebo pochvala za dobře odvedenou práci. Dovolila bych si říci, že hodnocení pracovního výkonu probíhá po každém výjezdu, který je minimálně 3x do týdne (někdy se stane že za den se stihne objet několik zákazníků) vše se odvíjí podle toho, zda jsou připravené věci na realizaci a kdy může zákazník dovést auto nebo aby firma mohla přijet za ním na stanovené místo.

Motivace je pro firmu důležitá. Zaměstnanci firmy se znají osobně a pracují spolu již přes 5 let. Tím pádem si mohou říci všechny strasti, problémy ale i to co uvařili k obědu nebo kde

byli přes víkend na výletě. Jednatelka firmy si zakládá na rodinném přístupu, kde každý má svůj prostor na to, aby si řekl, co ho trápí anebo co by zlepšil. Motivovat se navzájem mezi sebou je důležité pro rozvoj firmy, ale i pro rozvoj člověka (socializace, psychika). S motivací souvisí i odměňování. Odměňování ve formě platu pro ně není zas až tak důležité. Za dobu mé praxe jsem si všimla že všichni dělají svoji práci srdcem. Práce je baví, naplňuje je a posouvá je dopředu. Odměnou pro ně je spokojený zákazník a dobrý pocit, že zákazník je spokojený s konečnou realizací i s přístupem firmy k němu samotnému. Ano, peníze jsou také důležité ale když člověk dělá práci jen pro peníze, tak je pak zpruzený že ráno musí vstávat a jít do práce. V opačném případě, kdy člověk dělá práci rád a baví ho pak je úplně jiný a plný elánu. Musím říct, že čas strávený ve firmě mě vtáhnul do pohody, klidu a příjemného prostředí které panuje na firmě.

3) Ovládá činnosti a aktivity podnikového personalisty (HR specialisty) v oblasti podnikové kultury včetně etického řízení, zásady komunikace, tvorby týmu

Jak jsem již zmiňovala ve výstupu 2 výjezdy za zákazníky, kde zaměstnanci probírají to, co se nepovedlo. Ráda bych to více rozvedla, jelikož se to týká komunikace.

Kdyby mezi sebou zaměstnanci nekomunikovali tak by firma vůbec nefungovala a realizace zakázek by byla pomalá a zákazník by si vybral jinou reklamní firmu. Každý krok při realizaci se diskutuje (v případě že při polepu auta nastal problém, který se musí ihned vyřešit). Také je velmi důležitá i zpětná vazba.

Zkusila jsem si komunikaci se zákazníkem. Kdy zákazník přišel s požadavkem, že by chtěl polepit firemní auto. Následně jsem ho poprosila, zda by nemohl poslat na e-mail typ auta, velikost auta a logo a zda by měl představu, jak by chtěl auto polepit nebo zda mu zpracujeme grafický návrh. Zákazník se rozhodl pro zpracování grafického návrhu námi. Zde jsem si zkusila pracovat v programu CorelDraw a zkusit si vytvořit návrh. Návrh se pak poslal zákazníkovi a ten ho schválí anebo se dále upravuje dle jeho požadavků. Následně se domluví den, kdy zákazník přijede na polep anebo my za ním. Komunikace zde nekončí po dokončení polepu zákazník podepíše formulář, kde má napsáno, jak se o auto starat (jakými prostředky ho mýt, aby se nezačal sloupávat polep, případně kdyby byly nějaké problémy tak má zavolat a přijet na opravu polepu).

Ve 2. výstupu jsem také zmiňovala, že zaměstnanci spolu pracují již přes 5 let a znají se i ve svém osobním životě. Proto se zde firemní kultura vytváří snadno. Zaměstnanci si po práci jdou sednout do kavárny a probírají svůj osobní život, ale pracovní život se snaží oddělovat. Podle mého názoru se znají tak dobře, že je nemůže nic nového překvapit a už tuší, jak druhý

bude reagovat na dané situace. Proto se snaží, aby se jim na firmě dobře pracovalo a aby se tam cítili dobře. Každý den přináší něco nového (ať už strasti nebo radosti) a právě proto si tu práci snaží zpříjemnit.

4) Ovládá zásady tvorby a vedení personální agendy včetně příslušné legislativy

Nedílnou součástí pracovní náplně Personalisty je vedení personální agendy. Zde jsem si ověřila mé znalosti z hodin Personální agendy. Měla jsem možnost pracovat v agendě. Zadávala jsem do systému nového zaměstnance a následně skončení pracovního poměru. Dále jsem doplňovala informace o zaměstnancích (změna bydliště). I když jsem pracovala v jiném programu, než ve kterém jsme pracovali na seminářích ve škole tak vše jsem rychle pochopila a mohla jsem již nadále pracovat samostatně.

5) Zvládá agendu spojenou s komunikací s příslušnými orgány státní a veřejné správy v oblasti HR

Zde jsem také dostávala samostatné úkoly. Nejdříve jsem vyplňovala osobní dotazník zaměstnance. Zde se vyplňují všechny osobní informace o zaměstnanci (příjmení, jméno, titul, datum narození, zdravotní pojišťovnu, počet dětí, vzdělání, znalost cizích jazyků, dovednosti, předchozí zaměstnání). Potvrzení o zaměstnání jsem také vyplňovala.

Vyplňovala jsem také formuláře, které se posílaly na Českou správu sociálního zabezpečení, kam se posílá formulář o Oznámení o nástupu do zaměstnání (skončení zaměstnání). Zde se vyplňuje: typ akce (nástup, skončení, změna,..), kód OSSZ a místo příslušné OSSZ, datum nástupu nebo ukončení zaměstnání, informace o zaměstnanci, informace o zaměstnavateli, zda pobírá důchod, kód Zdravotní pojišťovny. Dále jsem pak vyplňovala Hromadné oznámení zaměstnavatele, které se pak posílá na příslušnou Zdravotní pojišťovnu. Zde se vyplňuje: základní informace o zaměstnanci a zaměstnavateli a kód změny.

Zkusila jsem si i vyplnit hlášení zaměstnavatele/osoby dobrovolně nemocensky pojištěné při ukončení pracovní neschopnosti.

3 Zhodnocení praxe studentem

Praxi bych zhodnotila velmi pozitivně. Ověřila jsem si mé vědomosti, které jsem získávala z přednášek a seminářů a snažila se je propojit s praxí. Jsem moc ráda za tuhle praxi, která mi dala do života spoustu nových zkušeností. Nasbírala jsem i mnoho nových pracovních zkušeností, které se mi budou hodit do mého životopisu.

Po skončení této praxe už vím, jakou práci bych chtěla v budoucnu dělat.

4 Závěr

Závěrem mé Závěrečné zprávy bych chtěla říci to, že praxe mi umožnila nahlédnout do „zákulí“ marketingové firmy a být u příprav a realizací zakázek. Za ty 3 měsíce jsem měla možnost dělat samostatnou práci v oblasti personální ale i v oblasti marketingové. Ve firmě jsem si vyzkoušela skoro všechny pracovní pozice až na jedinou – a to je vedení firmy. Zkusila jsem si práci grafika (tvorba loga, návrhy na auta, tvorba vizitek). Vyzkoušela jsem si i samotnou přípravu zakázek (obnáší to vyloupání textu, dále pak vypoltrované nápisy se pomocí montážní folie přenesou na podklad i samotné polepování auta).

Odnáším si zkušenosti, zážitky, které bych jen tak nikde nezažila. Teď mohu říct, že jsem polepovala kamion nebo plachetnice. Dříve, když jsem viděla nějaké polepené auto tak jsem si řekla, že to musí být snadné, ale opak je pravdou. Dokud člověk nevidí na vlastní oči všechnu tu přípravu kolem jedné zakázky tak pak změní názor. Ona i ta samotná příprava pro člověka, který nemá s tím zkušenosti je dost náročná. I mě trvalo, než jsem pochopila, jak se to správně dělá. Další činnost, kterou jsem si ve firmě vyzkoušela bylo tapetování pokoje, nebo lepení billboardu ve výškách.

Marketing firmy jsem měla možnost si také vyzkoušet. Dělal jsem Rebranding značky firmy PRO-DOMA. Vytvářela jsem propagační video zakázek realizovanou naší firmou. Toto byla pro mě velká zkušenost. Jelikož má firma firemní instgram tak jsem přebrala funkci správce. Větší zakázky firmy jsem propagovala na sociálních sítích, aby se firma více zviditelnila a dostala se do podvědomí nových potencionálních zákazníků.

V oblasti personální jsem pracovala v programu Pohoda Mini a v agendě pro personalisty. V oblasti přijímání a výběru zaměstnanců jsem si vyzkoušela tvorbu pracovního inzerátu a hledání vhodných kandidátů na pracovní pozici (výstup č.1) Dále jsem vyplňovala formuláře související s přijetím nového zaměstnance a následně i formuláře o zrušení pracovního poměru. Další oblastí bylo řízení a hodnocení pracovníků kde jsem zjistila že komunikace je důležitá a zpětná vazba také. Když zaměstnanci dělají svoji práci s radostí a baví je tak odměnou pro ně je spokojený zákazník. Zaměstnanci se dále pak chtějí rozvíjet jak v pracovním, tak i v osobním životě (výstup č. 2). Oblast podnikové kultury je ve firmě podle mého názoru pozitivní. Zaměstnanci se znají mezi sebou a vytváří si zde prostředí, ve kterém se jim dobře pracuje (výstup č. 3). Nedílnou součástí je oblast personální agendy zde jsem pracovala s údaji zaměstnance a dopisovala jej do samotného systému (týkalo se to přijetí nového zaměstnance a ukončení pracovního poměru), (výstup č. 4). Poslední oblastí byla agenda spojená s komunikací s příslušnými orgány státní a veřejné správy v oblasti HR. Zde jsem vyplňovala formuláře pro Českou správu sociálního

zabezpečení, Zdravotní pojišťovnu, formulář, když zaměstnanec ukončil pracovní neschopnost a formuláře týkající se nového zaměstnance ve firmě (osobní dotazník, potvrzení o zaměstnání). Tyto formuláře jsem vyplňovala a zadávala je do systému (výstup č. 5).

Přílohy

Příloha 1: Pracovní inzerát na pozici Grafik

**HLEDÁME
PRÁVĚ
TEBE!**

nápaditost
kreativita
grafika



CorelDraw
Adobe Illustrator
Adobe Photoshop



komunikace
týmovost
rodinné prostředí



více na
www.artodesign.cz




 artodesign_cz
 ARTO Design s.r.o.

Příloha 2: Firemní profil firmy na LinkedIn

...i reklama uměním...




reklama & design
www.artodesign.cz



ARTO Design s.r.o.

Reklamní firma s 15 letou existencí na trhu práce. Více než 30 letá praxe v oboru. Odměnou je pro nás spokojený zákazník

Reklamní služby
České Budějovice, 28063571 • 2 sledující uživatelé

 Zobrazit 4 zaměstnance na LinkedIn

[Zjistit více ↗](#) [✓ Sledujete](#) 

[Domů](#) [O nás](#) [Příspěvky](#) [Pracovní příležitosti](#)

O nás

Zpracováváme projekty malých firem, velkých podniků i jednotlivců. Vážíme si všech zákazníků a podle toho se k nim chováme. Poctivá a kvalitní práce, plnění daných termínů a příznivé ceny jsou pro nás samo ...zobrazit více


Web
www.artodesign.cz

[Zobrazit všechny podrobnosti](#)

Prozkoumat na LinkedIn



Domů



Sít



Zveřejnit



Oznámení



Práce