

Employer branding czyli budowanie marki pracodawcy

Wstęp3

Rozdział I

Historia employer branding

1.1. Wzrost znaczenia employer branding w ostatnim 20 - leciu..... 4

1.2. Wpływ marketingu na kształtowanie się pojęcia employer branding..... 5

1.3. Zarządzanie zasobami ludzkimi jako podstawa budowania marki pracodawcy6

Rozdział II

Istota employer branding

2.1. Definicja i cele employer branding..... 9

2.2. Funkcje i narzędzia employer branding11

2.2.1. Pracownicy, a budowanie marki pracodawcy11

2.2.2. Rekrutacja jako narzędzie employer branding13

2.2.3. Wykorzystanie narzędzi internetowych w procesie budowania marki..... 14

2.2.4. Niestandardowe formy promocji pracodawcy..... 18

Rozdział III

Budowanie marki pracodawcy – koncepcje, strategie, kampanie

3.1. Proces tworzenia strategii employer brandingowej22

3.2. Kampanie employer brandingowe..... 27

3.2.1. Kampanie wizerunkowe.....27

3.2.2. Kampanie edukacyjne29

3.2.3. Kampanie CRS-owe	30
3.2.4. Kampanie rekrutacyjne.....	30

Podsumowanie	32
---------------------------	-----------

Bibliografia	33
---------------------------	-----------

Spis tabel	35
-------------------------	-----------