

Rekrutacja jako instrument budowania wizerunku pracodawcy na przykładzie firmy Mota-Engil Central Europe S.A.

Wstęp.....3

Rozdział I

Pojęcie wizerunku pracodawcy i rola mediów w jego formowaniu.

1.1. Definicja wizerunku..... 4

1.2. Media w kształtowaniu wizerunku..... 6

1.3. Rankingi pracodawców..... 12

Rozdział II

Proces rekrutacji i jego znaczenie w kształtowaniu wizerunku pracodawcy.

2.1. Funkcja rekrutacji w zarządzaniu zasobami ludzkimi.....15

2.2. Nieformalne metody rekrutacji..... 17

2.3. Ogłoszenia w mediach..... 21

2.4. Targi pracy, konferencje, seminaria..... 23

Rozdział III

Rola rekrutacji w kształtowaniu wizerunku Mota-Engil jako pracodawcy.

3.1. Cechy założonego wizerunku Mota-Engil jako pracodawcy: jak firma chce się przedstawiać na rynku pracy?..... 26

3.2. Koncepcja rekrutacji w firmie Mota-Engil: co firma czyni, rekrutując?	29
3.3. Wizerunek Mota-Engil Central Europe jako pracodawcy kampaniach rekrutacyjnych.....	32

Podsumowanie.....	34
--------------------------	-----------

Bibliografia.....	36
--------------------------	-----------