

Rozwój kadry menadżerskiej jako jeden z ważniejszych elementów strategii employer brandingowej firmy XYZ Sp. z o.o.

## **Opis**

### **Wstęp.....3**

#### Rozdział 1

#### Employer branding

1.1 Istota employer branding.....5

1.1.1 Podejście inside- out.....8

1.1.2 Podejście outside-in.....9

1.1.3 Grupy odbiorców działań employer brandingowych.....10

1.2 Rys historyczny.....11

1.3 Strategia employer brandingowa..... 12

1.3.1 Proces opracowywania strategii employer brandingowej- macierz MASTER.....13

1.3.2 Employer Value Proposition- unikalne wartości marki pracodawcy.....16

1.4 Zwrot z inwestycji w employer branding. Pomiar skuteczności działań podjętych przez firmę.....18

1.5 Typy kampanii employer brandingowych.....20

#### **Rozdział 2**

#### **Ścieżki kariery w przedsiębiorstwie**

2.1. Pojęcie rozwoju zawodowego pracowników .....23

2.2. Budowanie ścieżek karier .....24

2.3. Analiza stanowisk pracy i kompetencji .....26

2.3.1 Ocena 360.....27

2.3.2 System okresowej oceny pracowników.....29

2.3.3 Centrum oceny i rozwoju- Development Center.....30

2.4. Rozwój pracowników w ramach działalności organizacji .....32

2.4.1. Szkolenia.....34

2.4.2. Coaching i mentoring.....	36
2.4.3. Pozostałe narzędzia rozwojowe.....	40

## **Rozdział 3**

### **Metodologia badań**

3.1 Charakterystyka firmy XYZ Sp. zo.o.....	43
3.2 Działania employer brandingowe podejmowane przez firmę.....	44
3.3 Problem badawczy.....	45
3.4 Hipotezy.....	46
3.5 Charakterystyka grupy badawczej.....	47

## **Rozdział 4**

### **Badania empiryczne**

4.1 Wyniki przeprowadzonych badań.....	49
4.2 Wnioski .....	59
4.3 Projekt rozwojowy kadry menadżerskiej .....	65

**Zakończenie.....68**

**Bibliografia.....70**

**Spis rysunków.....73**

**Spis tabel.....74**

**Spis wykresów.....75**

**Spis załączników.....76**

Opis zawartości pracy:

Niniejsza praca składa się z czterech rozdziałów.

**W pierwszym rozdziale** zostaną przedstawione informacje na temat Employer Brandingu, jego znaczenia w przedsiębiorstwie i możliwości, które daje wprowadzenie takiej strategii.

**Drugi rozdział** skupia się na działaniach rozwojowych, które firma może wprowadzić celem poszerzenia wiedzy i kwalifikacji pracowników.

**Trzeci i czwarty rozdział** stanowią część praktyczną pracy, w której zostały przedstawione informacje na temat firmy XYZ, na podstawie której zostały przeprowadzone badania, a także znaczenie rozwoju kadry menadżerskiej w przyjętej przez firmę strategii Employer Brendingowej.

Pracę zamykają wnioski wynikające zarówno ze studiów literatury, jak również przeprowadzonych analiz i badań praktycznych.