

عنوان مقاله:

فرضیات حاکم بر استراتژی برند کارفرما در سازمان ها

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع و مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

رضا تقی آبادی - باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد هیدج، دانشگاه آزاد اسلامی، هیدج، ایران (نویسنده مسئول)

امید رسولی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت اجرایی - گرایش استراتژیک، واحد هیدج، دانشگاه آزاد اسلامی، هیدج، ایران

خلاصه مقاله:

به منظور کسب مزیت رقابتی در رقابت برای جذب استعداد ها، سازمان ها مجبور هستند یک استراتژی توانمند ساز را به کار گیرند تا بتوانند استعدادها را جذب کرده و حفظ نمایند که به آن استراتژی برند کار فرما می گویند. در این مقاله ضمن اشاره به مدیریت استراتژیک منابع انسانی و استراتژی جذب کارکنان، اهمیت استراتژیک برند کارفرما برای سازمان ها تشریح شده است. همچنین عوامل موثر بر طراحی و پیاده سازی استراتژی برند کارفرما تبیین و چگونگی ارزیابی آن نیز ارائه گردیده است و در نهایت فرایند ایجاد استراتژی برند کارفرما در قالب مدل مفهومی و به صورت شماتیک ارائه گردیده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت استراتژیک، مدیریت منابع انسانی، استراتژی جذب منابع انسانی، برند کارفرما

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/504439>

