

عنوان مقاله:

اهمیت استراتژیک پیاده سازی برند کارفرما

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سپیده خدابخشی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی (مدیریت مالی) دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام

اردشیر شیری - استادیار دانشگاه ایلام

خلاصه مقاله:

برند کارفرما رویکردی نسبتاً جدید در جذب و نگهداری کارکنان با استعداد در سازمان ها و افزایش توان رقابتی سازمان ها می باشد مدیران می توانند از این استراتژی به عنوان چتری که در سایه آن می توان اقدامات مربوط به جذب و نگهداری استعداد ها را مدیریت کرد استفاده نمایند. چنانچه همه فعالیت های مربوط به جذب و حفظ و نگهداری کارکنان، از جمله: کارمندیابی، گزینش، آموزش، ارزیابی عملکرد، مدیریت کارراه، شغلی انگیزش و.. در سایه این استراتژی و هماهنگ با آن اجرا گردد تاثیر آن بیشتر از زمانی است که هرکدام از این اقدامات به تنهایی انجام گردد البته هماهنگی استراتژی برند کارفرما با استراتژی منابع انسانی سازمان و تبعیت استراتژی منابع انسانی سازمان از استراتژی اصلی سازمان از پیش فرض های اصلی و مهم در موفقیت این اقدامات می باشد. در این تحقیق عوامل موثر بر طراحی و پیاده سازی استراتژی برند کارفرما تبیین و چگونگی ارزیابی آن نیز ارایه گردیده است در نهایت فرایند ایجاد استراتژی برند کارفرما در قالب مدل مفهومی و به صورت شماتیک ارایه گردیده است.

کلمات کلیدی:

منابع انسانی، برند کارفرما، جذابیت برند، اهمیت استراتژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/831353>

