

Содержание

Предисловие	5
Воспитывая рынок.....	8
Раздел 1. HR-брендинг: что нового?	13
Актуальные тренды, мировые и российские	15
«Глокальные» HR-бренды.....	15
Больше чем работа.....	17
Побеждают суперкоманды	18
Больше заботы о сотрудниках	19
Социальные медиа: участвуйте или теряйте.....	20
Новые внутренние коммуникации: более личные, более быстрые, более виртуальные	21
Играют все	22
Развитие не по шаблону.....	24
Больше исследований.....	24
Как оценить эффективность HR-брендинга?	25
Раздел 2. HR-брендинг на разных этапах развития компании: от стартапа до корпоративной благотворительности	28
Этап 1. Активные изменения в компании	31
1.1. Обозначение, продвижение и поддержание базовых ценностей компании. Обновление или коррекция ценностного предложения сотруднику (EVP). Создание единого коммуникационного пространства ..	32

[<<< Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

1.2. Информирование сотрудников о происходящих в компании переменах, адаптация работников к новым регламентам работы, соответствующее обучение сотрудников, поддержание преемственности бизнес-процессов (в том числе и HR-процессов)	46
Этап 2. Системная отладка HR-процессов	58
2.1. Комплексная настройка HR-бренда.....	60
2.2. Настройка HR-бренда через ключевой параметр	87
2.3. Настройка HR-бренда через системообразующее мероприятие	105
Этап 3. Ответ на вызовы	126
3.1. Битва за кадры.....	128
3.2. Поддержка талантов	161
3.3. Работа с инновациями.....	176
Этап 4. КСО-проекты как одно из направлений HR-брэндинга	194
4.1. Реализация специальных программ и мероприятий, направленных на улучшение качества жизни сотрудников фирмы	197
4.2. Реализация специальных программ и мероприятий, значимых для качества жизни широкого круга людей ..	210
Раздел 3. Список компаний	229
Раздел 4. Вместо заключения	233
Словарь HR-брэндинга	233