

SPIS TREŚCI

TEMAT NUMERU

4 **Praca w zespole wirtualnym. Jak organizacje mogą świadomie zarządzać skutecznością tego typu zespołów?**

Dr Kaja Prystupa-Rządca

- ◆ Jak zadbać o odpowiednie wdrożenie zespołów wirtualnych i późniejszą harmonię ich pracy?
- ◆ Jakie są największe pułapki tego procesu?
- ◆ Na czym polega rola HR Business Partnera w zarządzaniu wirtualnymi zespołami?

12 **Kim jest Chief Happiness Officer?**

Michalina Jabłońska-Sprawnik

- ◆ Jakimi cechami powinien się odznaczać Chief Happiness Manager?
- ◆ Jakie są korzyści inwestowania w szczęście pracownika?
- ◆ Jak sprawić, żeby pracownik był szczęśliwy?

STRATEGIA I WDRAŻANIE

20 **Optymalizacja procesów szkoleniowych na przykładzie dobrych praktyk Grupy Cyfrowy Polsat**

Anna Wąsowska,
Piotr Burda

- ◆ Jakie mogą być strategiczne cele wdrożenia nowego narzędzia w organizacji?
- ◆ W jaki sposób przygotować się do wdrożenia nowego narzędzia?
- ◆ Jakie są etapy przy wdrażaniu nowego projektu?



STARE WYZWANIA NOWE PODEJŚCIE

28 **Rekrutacja to dopiero początek. Jak zatrzymać pracownika na dłużej w firmie na przykładzie case study Sotrender?**

Kamila Jeżowska

- ◆ Jakie rozwiązania dotyczące pracowników można zastosować w firmie?
- ◆ Co to jest sprint, na czym polega i jakie są jego elementy?
- ◆ Na czym polega rola happiness managera?

34 **Co decyduje dziś o skuteczności HR Business Partnera?**

Karolina Turostowska

- ◆ Jaka postawa HR Business Partnera jest determinantem jego sukcesu?
- ◆ Jak powinna wyglądać współpraca HR Business Partnera z dyrektorem sprzedaży?
- ◆ Jakie rozwiązania z obszaru marketingu i sprzedaży warto zaaplikować do obszaru personalnego?

41 **Proces, który ciągle żyje. Onboarding w Objectivity**

Anna Lisowska

- ◆ Jakie są etapy wdrożenia nowego pracownika?
- ◆ Dlaczego onboarding to intensywny czas dla nowo zatrudnionej osoby?
- ◆ Jakie są wyznaczniki skuteczności wdrożenia nowego pracownika?

EMPLOYER BRANDING

46 **Skuteczny employer branding w branży IT. Przykład działań podejmowanych przez Atos**

Aleksandra Zielonka-Wiśniewska

- ◆ Jak może wyglądać współpraca firmy ze środowiskiem akademickim?
- ◆ W jaki sposób i gdzie – poza uczelniami wyższymi – firma może szukać potencjalnych kandydatów do pracy?
- ◆ Dlaczego tak ważne jest, by kanał komunikacji dobrany był odpowiednio do danej grupy docelowej?



STREFA INSPIRACJI

72 Rekrutacja w jeden wieczór. Jak z sukcesem zorganizować event rekrutacyjny na przykładzie Banku Pekao S.A.

Olga Przeździak

- ◆ Skąd wziął się pomysł wydarzenia o charakterze eventu rekrutacyjnego?
- ◆ Na czym polegała promocja wydarzenia?
- ◆ O co trzeba zadbać, by wydarzenie odniosło sukces?

76 Z mikrofonem w HaeRze: rozmowy o HR z mężczyznami HR-owcami (część IV). Jak skutecznie łączyć rolę handlowca i HR-owca?

Artur Dziegielewski

- ◆ Czy praca w obszarze HR to odpowiednie zajęcie dla mężczyzny?
- ◆ W czym przejawia się nowoczesne podejście mężczyzn podczas realizacji projektów HR-owych?
- ◆ Jakie są atuty mężczyzn zatrudnionych w HR?

PRAWO PRACY W PRAKTYCE

82 Jawność wynagrodzeń – o co należy zadbać, a czego się wystrzegać komunikując wynagrodzenia w ogłoszeniach o pracę

Urszula Zając-Pałdyna

- ◆ Czy trend ujawniania wynagrodzeń w ogłoszeniach o pracę może być niebezpieczny?
- ◆ O co powinni zadbać pracodawcy ujawniając widełki wynagrodzeń kandydatom?
- ◆ W jaki sposób skutecznie wdrożyć w organizacji ideę jawności wynagradzania?

86 Zatrudnianie pracowników tymczasowych. Korzyści i ryzyka dla pracodawcy

Agnieszka Książkiewicz

- ◆ Jakie warunki muszą być spełnione, aby można było mówić o pracy tymczasowej?
- ◆ Jakie są ograniczenia w zatrudnianiu pracowników tymczasowych?
- ◆ Jakie są korzyści z zatrudniania pracowników tymczasowych?

94 Ocena pracownika a RODO

Ewa Klich

- ◆ W jakich sytuacjach pracodawca może dokonać oceny pracownika i kiedy przeprowadzanie takich ocen jest szczególnie wskazane?
- ◆ Jakie kryteria pracodawca może brać pod uwagę przy ocenie pracowników?
- ◆ W jaki sposób zgodnie z ustawą o ochronie danych osobowych oceniać pracowników?

54 Teoria archetypów w marketingu

Gabriela Borowczyk

- ◆ Jak w employer brandingu zastosować koncepcję archetypów?
- ◆ Na jakich poziomach można rozpatrywać moc archetypów?
- ◆ Jakie są podejścia do tworzenia mapy archetypów?
- ◆ Czy archetyp employer brandu powinien być spójny z marką Twojej firmy?

KIERUNEK ROZWÓJ

63 Program stażowy, który angażuje od pierwszego dnia. Case study firmy HighSolutions

Marcin Woś

- ◆ Jaki jest „przepis” na solidny program stażowy?
- ◆ Co w praktyce oznacza każdy z filarów, na których oparty jest program stażowy?
- ◆ Czego źródłem mogą być wyniki „badania 360”?

68 Jak wspierać pracujących rodziców na przykładzie programu Rodzina LINK4

Maria Ziółkowska

- ◆ Jakie są główne założenia programu Rodzina LINK4 i dlaczego postawiono właśnie na takie obszary?
- ◆ Na jakie benefity mogą liczyć rodzice i które z nich cieszą się największą popularnością?
- ◆ W jaki sposób program jest komunikowany w firmie?

