

Nowe wyzwania stojące przed urzędami w Polsce – budowanie marki pracodawcy

Julita Dąbrowska

Administracja publiczna to ważny pracodawca w Polsce. Niektóre polskie urzędy, szczególnie te zatrudniające poszukiwanych na rynku pracy specjalistów konkurują z organizacjami komercyjnymi. Te ostatnie świadomie budują swoją markę atrakcyjnego pracodawcy, wykorzystując do tego celu narzędzia komunikacyjne.

Zmiany zachodzące na rynku pracy pokazują, że pozyskanie najlepszych kandydatów do pracy wymaga szeroko zaplanowanych działań z zakresu employer branding, czyli budowania marki pracodawcy. Celem pracy jest zaprezentowanie listy oczekiwań polskich kandydatów do pracy i pracowników oraz porównanie jej z ofertą pracodawców, w tym wypadku z ofertą urzędów, jak również sprawdzenie czy i jakie działania związane z budowaniem marki pracodawcy podejmują obecnie urzędy i co ma wpływ na ich decyzje.

Słowa kluczowe: employer branding, EVP, branding, pokolenie x, pokolenie y, macierz master

New challenges for authorities in Poland - building the employer brand

Public administration is an important employer in Poland. Some Polish authorities, especially those employing demand on the labor market specialists compete with commercial organizations. The latter consciously build their brand attractive employer, using for this purpose communication tools.

The changes taking place in the labor market show that getting the best candidates for the job requires a wide range of planned activities of employer branding, which is building the employer brand. The aim of the paper is to present a list of Polish expectations of job applicants and employees, and to compare it to offer employers, in this case the offer offices, as well as checking whether and which activities related to building employer brand currently making offices and what affects their decisions.

Keywords: employer branding, EVP, branding, generation x, generation y, MASTER