

ZARZĄDZANIE ZASOBYMI LUDZKIMI

KOLEGIUM REDAKCYJNE

prof. Stanisława BORKOWSKA
Redaktor Naczelna

Instytut Pracy i Spraw Socjalnych
Uniwersytet Łódzki

Paweł Bochniarz
IDEA! Management Consulting

prof. Kazimierz DOKTÓR
Uniwersytet Łódzki

prof. Henryk KRÓL
Wyższa Szkoła Finansów
i Zarządzania w Warszawie

dr Antoni LUDWICZYŃSKI
Akademia Leona Koźmińskiego
w Warszawie
Polska Fundacja Promocji Kadr

prof. Aleksy POCZTOWSKI
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Instytut Pracy i Spraw Socjalnych

prof. Janusz STRUŻYNA
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

prof. Bogusława URBANIAK
Uniwersytet Łódzki
Wyższa Szkoła Handlu i Finansów
Międzynarodowych w Warszawie

dr Andrzej WOŹNIAKOWSKI
Instytut Pracy i Spraw Socjalnych

red. Magdalena M. WOJTASZEWSKA
Sekretarz Redakcji

RADA PROGRAMOWA

prof. Karl F. ACKERMANN
Uniwersytet w Stuttgarcie (Niemcy)

prof. Kazimierz DOKTÓR
Przewodniczący
Uniwersytet Łódzki

Anna KOZIŃSKA
BRE Bank SA

dr Jacek MĘCINA
Uniwersytet Warszawski

prof. Mieczysław KABAJ
Instytut Pracy i Spraw Socjalnych

prof. Jolanta KULPIŃSKA
Społeczna Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości
i Zarządzania w Łodzi

prof. Tadeusz LISTWAN
Uniwersytet Ekonomiczny
we Wrocławiu

prof. Csaba MAKÓ
Węgierska Akademia Nauk

prof. Alicja SAJKIEWICZ
Szkoła Główna Handlowa

prof. Helena STRZEMIŃSKA
Instytut Pracy i Spraw Socjalnych

prof. Jan SZAMBELAŃCZYK
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu

prof. Boguslavas GRUZEVSIS
Instytut Pracy i Badań Społecznych
w Wilnie (Litwa)

prof. Akira TAKANASHI
Japoński Instytut Pracy, Tokio (Japonia)

prof. Henk THIERRY

prof. Mikhail S. VOEJKOV
Instytut Ekonomii Rosyjskiej Akademii Nauk,
Moskwa (Rosja)

prof. Bogdan WAWRZYŃIAK
Akademia Leona Koźmińskiego
w Warszawie
Polska Fundacja Promocji Kadr

ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI

6 2009
6 (71)/09

OD REDAKCJI

Janusz Strużyna 7

ARTYKUŁY

Agnieszka Izabela Baruk **Rola wizerunku pracodawcy w funkcjonowaniu współczesnych przedsiębiorstw** II

Anna Dewalska-Opitek **Sześć zasad kreowania zintegrowanego wizerunku przedsiębiorstwa jako pracodawcy** 25

Joanna Cewińska, Małgorzata Striker, Katarzyna Wojtaszczyk **Kreowanie wizerunku pracodawcy poprzez instrumenty polityki personalnej** 43

Monika Kantowicz-Gdańska **Employer branding – kwestie definicji i modelu** 55

STUDIUM PRZYPADKU

Monika Kantowicz-Gdańska, Dominik Szulowski **Strategia wzmocnienia marki i wizerunku pracodawcy (McDonald's Polska)** 67

Monika Kantowicz-Gdańska, Marta Radzimska **Żandarmeria Wojskowa jako pracodawca – projekt kampanii wizerunkowej** 75

KOMUNIKATY

Joanna Jończyk **Rola działu personalnego w kształtowaniu organizacji – wyniki pilotażowych badań empirycznych** 89

Krzysztof R. Nowakowski **Media a Public Relations** 97

PORTFEL METOD I NARZĘDZI

Emilia Soroko **Ocena sposobów autoprezentacji kandydata na podstawie listu motywacyjnego** 103

DEBATY INTELEKTUALNE

Łukasz Sułkowski **Paradygmaty nauk społecznych w zarządzaniu zasobami ludzkimi** 121

RECENZJE. OMÓWIENIA

Rafał Krupski, Jerzy Niemczyk, Ewa Stańczyk-Hugiet **Koncepcje strategii organizacji** Janusz Strużyna 135

Kazimierz Jaremczuk (red.) **Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i zmienność** Jan Lichtarski 138

Małgorzata Sidor-Rządkowska (red.) **Coaching: Teoria, praktyka, studia przypadków** Justyna Musiał-Kądziała 140

Piotr Bohdziewicz **Kariery zawodowe w gospodarce opartej na wiedzy (na przykładzie grupy zawodowej informatyków)** Bogusława Urbaniak 144

Z WITRYNY WYDAWNICZEJ

Wizerunek pracodawcy. Wybór literatury Ewa Wyglądała 147

KRONIKA. INFORMACJE

CEE Management: konflikty, tarcia i paradoksy Alicja Miś 151

Jubileuszowy X Kongres Kadry już za nami Monika Nowacka-Sahin 155

WKRÓTCE 158

ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI

6 2009
6 (71)/09

FROM THE EDITOR

Janusz Strużyna

7

ARTICLES

Agnieszka Izabela Baruk **The Role of Employer Image in the Functioning of Contemporary Enterprises**

11

This article examines questions related to company image in the enterprise's role as an employer. A definition is presented and discussions center on interpretations by various authors. Note is also taken of varied meanings assigned to such concepts as identity, personality, reputation, and brand. Based on initial empirical research results, a further part of the article discusses the perception by Polish employees of their employers prior to the crisis and during its course.

Anna Dewalska–Opitek **Six Principles of Creating an Integrated Company Image**

25

Creating an integrated company image is a way to meet market competition. Studies of topical literature and direct research results demonstrate the ability to build a corporate image in both areas (external and internal) on the basis of universal principles.

Joanna Cewińska, Małgorzata Striker, and Katarzyna Wojtaszczyk **Creating Employer Image through Personnel Policy Instruments**

43

This article introduces the matter of employer branding. It concentrates on selected aspects of personnel policy (considered a tool in shaping the employer's image): attracting staff, introduction to work, motivation, employee development, communications, and molding working conditions. Employee opinions relating to the personnel policies implemented in the companies where they work—the results of own research—are presented.

Monika Kantowicz–Gdańska **Employer Branding: Questions of Definition and Model**

55

Employer branding is a topic that has been gaining in importance over recent years. However, it has yet to be precisely defined in scientific literature, especially in Polish literature. This article is an effort at explaining the matter of the definition. Two proposed models encompassing the question of shaping the employer's image have also been compared.

CASE STUDIES

Monika Kantowicz–Gdańska and Dominik Szumowski **A Strategy for Strengthening Employer Brand and Image (McDonald's Polska)**

67

Monika Kantowicz-Gdańska and Marta Radzińska – Employer Image Campaign for the Military Police: Ideas and Implementation	75
COMMUNIQUES	
Joanna Jończyk The Role of the Personnel Department in Shaping Organization Image: Empirical Pilot Study Results	89
Krzysztof R. Nowakowski The Media and Public Relations	97
PORTFOLIO OF METHODS AND TOOLS	
Emilia Soroko An Assessment of Candidate Auto-presentation Methods Based on the Cover Letter	103
INTELLECTUAL DEBATES	
Łukasz Sułkowski Social Science Paradigms in Human Resource Management	121
REVIEWS, DISCUSSIONS	
Rafał Krupski, Jerzy Niemczyk, and Ewa Stańczyk-Hugiet Koncepcje strategii organizacji [Organization strategy concepts] Janusz Strużyńska	135
Kazimierz Jaremczuk (Editor) Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i zmienność [Conditions for entrepreneurship: variety and variability] Jan Lichtarski	138
Małgorzata Sidor-Rządkowska (Editor) Coaching: Teoria, praktyka, studia przypadków [Coaching: theory, practice, and case studies] Justyna Musiał-Kądziela	140
Piotr Bohdziewicz Kariery zawodowe w gospodarce opartej na wiedzy (na przykładzie grupy zawodowej informatyków) [Professional Careers in a Knowledge Based Economy (The Example of the Group of Professional Information Scientists)] Bogusława Urbaniak	144
FROM THE PUBLISHER'S SHOWCASE	
Employer Image: A Selection of Literature Ewa Wyglądała	147
CHRONICLE, INFORMATION	
CEE Management: Conflicts, Friction, and Paradoxes Alicja Miś	151
Jubilee 10th Staff Congress Behind Us Monika Nowacka-Sahin	155
SOON	158