



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

مفهوم سازی و پژوهش نام تجاری کارفرما

عنوان انگلیسی مقاله :

Conceptualizing and researching employer branding



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

Conclusion

Employer branding is a relatively new approach toward recruiting and retaining the best possible human talent within an employment environment that is becoming increasingly competitive. Employer branding has the potential to be a valuable concept for both managers and scholars. Managers can use employer branding as an umbrella under which they can channel different employee recruitment and retention activities into a coordinated human resource strategy. Integrating recruitment, staffing, training and development and career management activities under one umbrella will have a substantially different effect than each of the processes would have alone.

نتیجه گیری

نام تجاری کارفرما یک روش نسبتاً جدید راجع به جذب و حفظ بهترین استعدادهای انسانی ممکن در یک محیط کاری است که به طور فزاینده ای در حال رقابتی شدن می باشد. نام تجاری کارفرما پتانسیل این را دارد که به یک مفهوم با ارزش برای مدیران و پژوهشگران تبدیل شود. مدیران می توانند از نام تجاری کارفرما به عنوان چتری استفاده کنند که در لوای آن می توانند فعالیت های مختلف استخدام و حفظ کارمند را به یک استراتژی منابع انسانی هماهنگ شده هدایت نمایند. یکپارچه سازی استخدام، جذب کارمند، آموزش، توسعه و فعالیت های مدیریت شغلی زیر یک چتر تأثیر متفاوت قابل ملاحظه ای نسبت به هر یک از این فرایندها به تنهایی دارد.



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.