

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

НАЗАРОВА Ольга Викентьевна

HR-БРЕНДИНГ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 80 11 Коммуникации

Научный руководитель:
Пинчук Игорь Викторович
кандидат социологических наук

Минск, 2023

АННОТАЦИЯ

Магистерская диссертация посвящена изучению HR-брендинга в контексте теории поколений.

Объект исследования магистерской диссертации – HR-брендинг, как фактор, определяющий конкурентоспособность предприятий и эффективность коммуникации с целевыми аудиториями разных поколений.

Предметом является подход к исследованию феномена HR-брендинга в контексте теории поколений.

Цель магистерской диссертации: рассмотреть HR-брендинг в контексте теории поколений с фокусом на отечественный рынок. В процессе написания магистерской диссертации были получены следующие результаты: проанализировано становление понятия, сущности HR-брендинга, его структура и этапы реализации; рассмотрены ключевые современные мировые тренды в HR-брендинге; изучена степень разработанности HR-брендинга на отечественном рынке; рассмотрены характеристики сотрудников разных поколений на рынке труда; выявлены особенности коммуникации белорусских работодателей с разнопоколенческим персоналом; определены методы мотивации представителей различных поколений на основании теории поколений; проведено исследование, направленное на выявление основных проблем в HR-брендинге у белорусских работодателей, и по его результатам предоставлены рекомендации по улучшению коммуникации в организациях с сотрудниками разных поколений.

Ключевые слова: бренд работодателя, HR-брендинг, теория поколений, управление персоналом, поколение X, поколение Y, поколение X, Разнообразие и Инклюзивность, вовлеченность, человеческий капитал, рынок труда, мотивация персонала.