

Streszczenie rozprawy doktorskiej nt. „Uwarunkowania zarządzania wizerunkiem pracodawcy w przedsiębiorstwach z branży IT funkcjonujących w Polsce”

mgr Ewa Szkudlarek

Promotor: dr hab. Elwira Gross-Gołącka

Niniejsza rozprawa doktorska stanowi źródło informacji na temat koncepcji zarządzania wizerunkiem pracodawcy (skrót ZWP). Przeprowadzone studia literaturowe, analiza danych zastanych oraz obserwacje i osobiste zaangażowanie autorki w praktykę gospodarczą pozwoliły spojrzeć na ZWP z perspektywy interdyscyplinarnej i strategicznej. Jako **cel główny** niniejszej rozprawy ustalono identyfikację, analizę i diagnozę uwarunkowań determinujących strategiczną rolę zarządzania wizerunkiem pracodawcy w przedsiębiorstwach z branży IT funkcjonujących w Polsce.

W odniesieniu do przyjętego tematu oraz założeń badawczych, **struktura dysertacji** składa się z dwóch głównych obszarów – teoretyczno-metodologicznego i empirycznego – które obejmują pięć rozdziałów.

Rozdział pierwszy został poświęcony krytycznemu przeglądowi literatury przedmiotu w ujęciu interdyscyplinarnym. Dokonano analizy źródeł i definicji koncepcji zarządzania wizerunkiem pracodawcy. Ponadto, przeprowadzono przegląd relacji pomiędzy marką korporacyjną a marką pracodawcy, a także usystematyzowano pojęcia wizerunku i reputacji w kontekście ZWP.

Rozdział drugi poświęcono umiejscowieniu koncepcji zarządzania wizerunkiem pracodawcy w strukturze przedsiębiorstwa. Usystematyzowano podejście do miejsca i roli ZWP poprzez analizę modeli teoretycznych. Ponadto, dokonano przeglądu wybranych koncepcji wspierających zarządzanie wizerunkiem pracodawcy w przedsiębiorstwach takich jak: zarządzanie talentami, przywództwo transformacyjne, zarządzanie różnorodnością oraz turkusowe zarządzanie organizacjami.

W **rozdziale trzecim** skupiono się na zaprezentowaniu metodycznych aspektów przeprowadzonego procesu badawczego. Omówiono w nim główne założenia badawcze, konstrukt intelektualny a także przyjęte metody badawcze. Dokonano prezentacji modelu teoretycznego ZWP oraz opisano przebieg badań empirycznych, wykorzystane techniki i narzędzia, a także dobór prób badawczych i ich charakterystykę.

Rozdział czwarty poświęcono aspektom empirycznym. Na podstawie analizy źródeł zastanych, dokonano charakterystyki polskiej branży IT z perspektywy sytuacji gospodarczej,

jak również pod kątem oczekiwań pracowników. Kolejno przedstawiono wyniki badań ilościowych przeprowadzonych na 291 respondentach odpowiedzialnych za realizowanie w przedsiębiorstwach działań z zakresu ZWP na poziomie operacyjnym. Dokonano również analizy i interpretacji przedstawionych wyników oraz weryfikacji hipotez badawczych. Następnie zaprezentowano wyniki i analizę badań jakościowych przeprowadzonych na grupie dziewięciu respondentów odpowiedzialnych za zarządzanie wizerunkiem pracodawcy w przedsiębiorstwach z branży IT na poziomie strategicznym.

W **rozdziale piątym**, stanowiącym podsumowanie rozprawy, przedstawiono wnioski teoriopoznawcze i aplikacyjne z przeprowadzonych badań, a także omówiono autorski model zarządzania wizerunkiem pracodawcy w przedsiębiorstwach z branży IT. Jako ostatni element tego rozdziału zaprezentowano rekomendacje co do kierunków dalszych badań naukowych w obszarze ZWP.

Całość opracowania zamyka zakończenie, stanowiące podsumowanie stopnia realizacji założonych celów rozprawy.

W opracowaniu wykorzystano 276 krajowych i międzynarodowych źródeł literaturowych, uwzględniając historyczny rozwój i klasyczne podejście do koncepcji zarządzania wizerunkiem pracodawcy, wyniki najnowszych badań teoretycznych i praktycznych, a także powiązane z ZWP nowe koncepcje teoretyczne z zakresu zarządzania.

Przyjęta interdyscyplinarna perspektywa ZWP w kontekście strategicznym dała szansę na wzbogacenie nauk o zarządzaniu i jakości o nowy punkt widzenia, co stanowi wkład niniejszej dysertacji w rozwój nauki. Ponadto zaproponowany model zarządzania wizerunkiem pracodawcy w przedsiębiorstwach z branży IT oraz zestaw narzędzi służących do rozwoju strategii ZWP, wzbogacają dotychczasowy dorobek aplikacyjny w omawianym obszarze.

Słowa kluczowe: zarządzanie wizerunkiem pracodawcy, employer branding, branża IT