



Инструменты продвижения HR-бренда.фдир_МАГ

- 1 Укажите, что такое HR-бренд.
- 2 Укажите, что включает в себя HR-брендинг.
- 3 Укажите, какова цель концепции HR-бренда.
- 4 Укажите, что такое корпоративная культура.
- 5 Укажите, какие компоненты входят в корпоративную культуру.
- 6 Укажите, какой из следующих аспектов не относится к HR-брендингу.
- 7 Укажите, как HR-брендинг влияет на сотрудников.
- 8 Укажите, что помогает сотрудникам сформировать мнение о работодателе.
- 9 Укажите, какой из перечисленных факторов не является компонентом корпоративной культуры.
- 10 Укажите, каковы основные цели HR-брендинга.
- 11 Укажите, какой из следующих мотивов связан с эмоциональными переживаниями.
- 12 Укажите, какой из мотивов относится к стремлению к удовольствию.
- 13 Укажите, какой мотив включает в себя такие аспекты, как дружба и любовь.
- 14 Укажите, какой из следующих мотивов связан с достижениями и самореализацией.
- 15 Укажите, какой мотив указывает на стремление к сохранению своего здоровья.
- 16 Укажите, какой из мотивов подразумевает стремление к индивидуальному престижу.
- 17 Укажите, какой мотив связан с поддержанием культурных и социальных норм.



- 18 Укажите, какой из следующих мотивов подразумевает стремление к новым знаниям и открытиям.
- 19 Укажите, какой мотив связан с желанием быть свободным от ограничений.
- 20 Укажите, какой мотив связан с эстетическими переживаниями и восприятием красоты.
- 21 Укажите, какова основная цель амбассадоров HR-брендов.
- 22 Укажите, кто обычно становится амбассадором бренда в крупных компаниях.
- 23 Укажите, какую роль играет координатор в процессе работы амбассадоров HR-брендов.
- 24 Укажите, кто чаще всего исполняет роль координатора амбассадоров HR-брендов.
- 25 Укажите, какой из следующих аспектов является важным при рассказе о компании.
- 26 Укажите, что подразумевается под «инсайдерской» информацией.
- 27 Укажите, какой подход помогает в создании доверия к компании.
- 28 Укажите, какой элемент важен для донесения командных ценностей.
- 29 Укажите, что подразумевает под собой нетворкинг в контексте амбассадоров HR-брендов.
- 30 Укажите, какой из перечисленных аспектов не является частью правильного рассказа о компании.
- 31 Укажите, какая компания в декабре 2023 г. получила премию «HR-бренд года в банковской сфере».
- 32 Укажите, какие существуют отличия отсутствующей лояльности от латентной лояльности:
- 33 Укажите, какие существуют отличия ложной лояльности от истинной лояльности.
- 34 Укажите, какие факторы воздействуют на повышение лояльности к HR-бренду:
- 35 Укажите, какие мероприятия способствуют повышению лояльности к HR-бренду:



- 36 Укажите основные составляющие капитала HR-бренда:
- 37 Укажите, как капитал HR-бренда может повлиять на капитализацию компании – владельца бренда:
- 38 Определите взаимосвязь ролей HR-бренда в марочном портфеле с типом знака идентификации:
- 39 Укажите, в чём заключается основное отличие наступательной стратегии развития HR-бренда от партизанской:
- 40 Укажите, в чём ключевое отличие оборонительной и фланговой стратегии HR-бренда:
- 41 Укажите типичные ошибки ребрендинга в рамках работы с HR-брендом: