



# HR SRBIJA 2015

## LJUDSKI RESURSI U DIGITALNOM DOBU



Crowne Plaza, Beograd  
četvrtak 29. oktobar 2015.

#HRSrbija2015

## PANELI

**1. HR u Srbiji** – prvi panel daje odgovore na opšta pitanja u vezi sa ljudskim resursima u Srbiji. Gde se HR profesija nalazi na dijagramu razvoja, u kojoj meri je u okvirima korporativnog upravljanja, da li se na pravilan način primenjuju savremene tehnike razvoja ljudskih resursa i koliko Zakon o radu „podržava“ HR stručnjake u razvoju ljudskih potencijala. Takođe objašnjava uticaj integracije korporativnih kultura stranih kompanija na zaposlene u srpskim kompanijama u procesima privatizacije.

**2. HR u digitalnoj eri** – u okviru panela „HR u digitalnoj eri“ govoriće se o savremenim trendovima u oblasti ljudskih resursa, kao i o strategijskim aspektima ovog sektora. Takođe, panelisti bi diskutovali o značaju svih funkcija sektora ljudskih resursa za unapređenje poslovanja kompanija i to o, korišćenju onlajn alata i HR softvera u svim funkcijama ljudskih resursa (regrutacija i selekcija, online učenje, HR administracija, online procena uspešnosti, razvoj karijere, budžetiranje), kao i o savremenim trendovima u teoriji i praksi ljudskih resursa.

**3. Najbolje HR prakse u Srbiji - Izazovi Talent menadžmenta** – Panel ima cilj da definiše Talent menadžment kao jednog od najvećih trendova u oblasti ljudskih resursa. Da li Talent menadžment obavlja iste zadatke kao i sektor ljudskih resursa? Takođe, govoriće se o načinima regrutacije i selekcije mladih talenata, ali i talenata za rukovođenje, kao i o razvojnim programima

lidera i talenata. Panelisti će diskutovati o razvoju karijere zaposlenih i sukcesivnom planiranju. Povešće se razgovor i o aktuelnom temom „odliv mozgova“ i koliki je to gubitak za kompanije u Srbiji.

**4. HR u IT industriji i HR tehnologije** – kako funkcioniše sektor HR u IT kompanijama, kako se sprovodi selekcija (regrutacioni procesi, selekcijski procesi, zapošljavanje iz fakultetskog amfiteatra, zapošljavanje putem praksi), specifičnosti razvoja karijere zaposlenih u IT, specifičnosti IT zaposlenih (ličnost, motivacija, timski rad). Da li su HR sistemi u IT kompanijama u Srbiji nalik na savremenim evropskim HR sistemima? Šta HR menadžer u IT kompaniji mora da zna? Biće reči i o specifičnosti IT tržišta rada.

**5. HR brendiranje poslodavaca** – Panel „HR brendiranje poslodavaca“ ima cilj da sumira sve prethodno rečeno na panelima i studijama slučaja. Takođe ima zadatak da odgonetne koji je to najoptimalniji spoj tehnika koji čini poslodavca poželjnog za zapošljavanje. Koja funkcija ima odgovornost za HR brendiranje? Da li cela kompanija, HR, PR ili Marketing? Bavi se temama marketing strategija za pozicioniranje kompanije na tržištu rada, ponudama za posao, optimalnim uslovima rada, motivacionim i kompenzacionim paketima, kao i korporativnom kulturom koja promoviše ljudski potencijal kao najveću vrednost kompanije.

## CASE STUDY

**1. Regrutacija putem društvenih mreža** – Studija slučaja ima zadatak da predstavi značaj društvenih mreža u regrutaciji potencijalnih zaposlenih. Govori o tome koliko su društvene mreže efikasan alat u regrutaciji, koje su to društvene mreže koje se najčešće koriste i kako izgleda proces regrutacije korišćenjem ovih alata.

### **2. Interne komunikacije i angažovanost**

**zaposlenih** – Studija slučaja daje odgovore na sledeća pitanja: šta su interne komunikacije, čemu služe interne komunikacije, koji su alati internih komunikacija, konkretni primeri internih kampanja, šta je angažovanost zaposlenih i njena veza sa komunikacijama, efekti angažovanih zaposlenih, kako interne komunikacije utiču na angažovanost zaposlenih.

### **3. Da li smo emocionalno inteligentni na radnom mestu?**

– Studija slučaja definiše emocionalnu inteligenciju, kao i značaj emocionalne inteligencije zaposlenih u radu. Koliko emocionalna inteligencija utiče na razvoj zaposlenih i na efektivno liderstvo. Da li EI doprinosi unapređenju uspešnosti zaposlenih i kako se meri. Kako se EI razvija u kompanijama?

**4. Koliko smo korporativno kulturni?** – Kako se uspostavlja korporativna kultura? Kako korporativna kultura utiče na razvoj poslovanja i zaposlenih? Da li kultura kompanije pomaže prilikom implementiranja organizacionih promena? Čiji zadatak je razvoj i održavanje korporativnih vrednosti? Uticaj nacionalne kulture na korporativnu kulturu...su samo neka od pitanja koja se postavljaju kao izazovi za ovu studiju slučaja.

---

## **CROWNE PLAZA, BEOGRAD ČETVRTAK 29. OKTOBAR 2015.**

Zvanični hashtag: #HRSrbija2015

**Učesnici:** 200 profesionalaca iz oblasti medija, komunikacija, marketinga i društvene odgovornosti; NVO, predstavnici Vlade Republike Srbije i Vlade AP Vojvodine

**Medijska pokrivenost:** 64 magazina i 12 internet portala Color Press Grupe u celom regionu, dnevne novine, internet portalni, nezavisni blogeri i TV stanice.

**Akreditacije:** Akreditacije za medije jelena.savic@color.rs

## PARTNERSKI PAKETI KONFERENCIJE

### GENERALNI POKROVITELJ KONFERENCIJE: 7.000€

- Logo partnera pored logoa „HR Srbija 2015“ na Media Wallu ispred sale
- Logo partnera pored logoa „HR Srbija 2015“ u oglasima uoči Konferencije
- Logo partnera ispod logoa „HR Srbija 2015“ na akreditacijama Konferencije
- Video-spot partnera pre početka Konferencije
- Logo partnera na Video-Wallu tokom celog trajanja Konferencije
- Logo partnera na Tweet-Wallu tokom celog trajanja Konferencije
- Pominjanje partnera u svim izveštajima u magazinima i na portalima CPG
- Deset kotizacija
- Case Study predstavnika partnera ili učešće u panelu
- Kompletan Media Clipping Konfrenecije po standardima „Client Service Protocol Color Press Grupe“: web, print, TV i tweet clipping, fotografije sa događaja, fotografije brendinga partnera na događaju, podaci o Live Streamingu.

### POKROVITELJ PANELA: 2.000€

- Logo partnera ispod logoa „HR Srbija 2015“ na Media Wallu ispred sale
- Logo partnera ispod logoa „HR Srbija 2015“ u oglasima uoči Konferencije
- Video-spot partnera pre početka Konferencije
- Logo partnera na Video-Wallu tokom celog trajanja Konferencije
- Logo partnera ispod logoa „HR Srbija 2015“ na akreditacijama Konferencije
- Pominjanje partnera u svim izveštajima u magazinima i na portalima CPG
- Pet kotizacija
- Učešće predstavnika partnera u panelu
- Kompletan Media Clipping konfrenecije po standardima „Client Service Protocol Color Press Grupe“: web, print, TV i Tweet clipping, fotografije sa događaja, fotografije brendinga partnera na događaju, podaci o Live Streamingu.

### POKROVITELJ CASE STUDY-A: 1.500€

- Logo partnera ispod logoa „HR Srbija 2015“ na Media Wallu ispred sale
- Logo partnera ispod logoa „HR Srbija 2015“ u oglasima uoči Konferencije
- Video-spot partnera pre početka panela ili CS

- Logo partnera na Video-Wallu tokom celog trajanja panela ili CS
- Pominjanje partnera u svim izveštajima u magazinima i na portalima CPG
- Tri kotizacije
- Kompletan Media Clipping Konfrenecije po standardima „Client Service Protocol Color Press Grupe“: web, print, TV i Tweet clipping, fotografije sa događaja, fotografije brendinga partnera na događaju, podaci o Live Streamingu.

### REFRESH PARTNER: 2.500 €

- Logo partnera ispod logoa „HR Srbija 2015“ na Media Wallu ispred sale
- Pominjanje na otvaranju i zatvaranju Konferencije
- Materijali ili proizvod partnera u torbi sa materijalima Konferencije
- Pominjanje partnera u svim izveštajima u magazinima i na portalima CPG
- Osvežavajuća pića Refresh partnera ispred učesnika konferencije, u pauzama Konferencije i tokom ručka
- Tri kotizacije
- Kompletan Media Clipping Konfrenecije po standardima „Client Service Protocol Color Press Grupe“: web, print, TV i Tweet clipping, fotografije sa događaja, fotografije brendinga partnera na događaju, podaci o Live Streamingu.

## COFFEE BREAK PARTNER: 2.000€

- Logo partnera ispod logoa „HR Srbija 2015“ na Media Wallu ispred sale
- Pominjanje na otvaranju i zatvaranju Konferencije
- Materijali ili proizvod partnera u torbi sa materijalima Konferencije
- Pominjanje partnera u svim izveštajima u magazinima i na portalima CPG
- Brendirani Coffee Corner u pauzama konferencije
- Tri kotizacije
- Kompletan Media Clipping Konfrenecije po standardima „Client Service Protocola Color Press Grupe“: web, print, TV i Tweet clipping, fotografije sa događaja, fotografije brendinga partnera na događaju, podaci o Live Streamingu.

## TWEET-WALL PARTNER: 2.500€

- Logo kompanije koja je „Tweet Wall Host“ u programu, rollupu, oglasima i svim materijalima
- Brendirana rubrika sa najzanimljivijim tweetovima unutar izveštaja sa Konferencije u magazinima CPG
- Pominjanje na otvaranju i zatvaranju Konferencije
- Pominjanje partnera u svim izveštajima

u magazinima i na portalima CPG

- Materijali ili proizvod u torbi sa materijalima Konferencije
- Pet kotizacija
- Kompletan Media Clipping Konfrenecije po standardima „Client Service Protocola Color Press Grupe“: web, print, TV i Tweet clipping, fotografije sa događaja, fotografije brendinga partnera na događaju, podaci o Live Streamingu.

## AFTER WORK COCKTAIL PARTY PARTNER: 1.000€

- Logo partnera ispod logoa „HR Srbija 2015“ na Media Wallu ispred sale
- Pominjanje na otvaranju i zatvaranju Konferencije
- Materijali ili proizvod partnera u torbi sa materijalima Konferencije
- Pominjanje partnera u svim izveštajima u magazinima i na portalima CPG
- Tri kotizacije
- Kompletan Media Clipping Konfrenecije po standardima „Client Service Protocola Color Press Grupe“: web, print, TV i Tweet clipping, fotografije sa događaja, fotografije brendinga partnera na događaju, podaci o Live Streamingu.

## RECHARGE CORNER: 2.000€

- Partner dobija brendirani Recharge Corner u holu ispred sale gde će učesnici moći da punе svoje mobilne telefone, tablete i laptopе
- Logo partnera u programu, na Media Wall-u i svim materijalima Konferencije
- Pominjanje partnera u svim izveštajima u magazinima i na portalima CPG
- Tri kotizacije
- Kompletan Media Clipping Konfrenecije po standardima „Client Service Protocola Color Press Grupe“: web, print, TV i Tweet clipping, fotografije sa događaja, fotografije brendinga partnera na događaju, podaci o Live Streamingu.

