

Cuprins

Introducere	9
Motivația, originalitatea și importanța cărții	13
Capitolul 1	
Designul cercetării - obiective, metodologie și instrumente de cercetare.....	15
1.1. Întrebările, obiectivele și ipotezele de cercetare	15
1.2. Metodologia de cercetare utilizată	18
1.3. Identificarea și alegerea instrumentelor ce stau la baza cercetării cantitative.....	19
Capitolul 2	
Analiza conceptelor cheie și relațiile acestora cu mediul IT	27
2.1. Internet of Things și lumea obiectelor inteligente.....	27
2.2. Emoțiile pozitive și emoțiile negative.....	29
2.3. Fericirea, calitatea vieții și mindfulness.....	31
2.4. Satisfacția profesională la locul de muncă	32
2.5. Sindromul epuizării profesionale, stresul și anxietatea	33
Capitolul 3	
Cercetare calitativă - analiza de conținut a paginilor web ale companiilor IT	35
3.1. Marketingul intern și extern în raport cu fericirea angajaților	35
3.2. Fericirea angajaților înainte și în timpul pandemiei de COVID-19	36
3.3. Analiza a 23 de companii din domeniul IT cu sediul de lucru în România	39
3.4. Identificarea și analiza valorilor companiilor de IT incluse în cercetare	49
3.5. Analiza anunțurilor de recrutare și beneficiile promise	53
3.6. Despre CSR și impactul acesteia în comunitate.....	56
3.7. Comunicarea prin intermediul paginilor de Facebook	66
3.7.1. Analiza paginilor de Facebook.....	67
3.8. Impactul pandemiei asupra companiilor de IT analizate – platforma LinkedIn	81
3.8.1. Analiza paginilor de LinkedIn ale companiilor	81

Capitolul 4

Cercetare calitativă - interviuri cu responsabili de resurse umane	105
4.1. Ghidul de interviu	106
4.2. Analiza răspunsurilor	107
4.2.1. Schimbări generale aduse de pandemie în companie.....	107
4.2.2. Schimbări privind beneficiile angajatului instaurate în companie pe timpul pandemiei de Coronavirus.....	108
4.2.3. Schimbări privind productivitatea angajaților aduse de pandemie	109
4.2.4. Relația dintre starea de bine a angajatului și productivitatea acestuia în opinia responsabililor de resurse umane.....	110
4.2.5. Portretul angajatului fericit în ochii HR.....	111
4.2.6. Cum menține compania fericirea angajatului	112
4.2.7. Schimbări privind fericirea angajaților aduse de pandemie	114

Capitolul 5

Cercetare cantitativă - identificarea factorilor determinanți ai fericirii percepute a angajaților în IT din România	117
5.1. Formatul chestionarului	117
5.2. Subjective Happiness Scale și SPANE	120
5.3. Analiza rezultatelor chestionarului	123
5.3.1. Valorile reprezentative la locul de muncă.....	123
5.3.2. Beneficiile angajaților în IT	124
5.3.3. Companiile IT și implicarea acestora în activitățile de responsabilitate socială	124
5.3.4. Imaginea companiilor IT prezentă pe rețelele de Social Media precum Facebook și LinkedIn	125
5.3.5. Posibilitatea de a exprima gradul de satisfacție față de job	126
5.3.6. Politici de marketing extern cunoscute de angajați.....	127
5.3.7. Politici de marketing intern cunoscute de angajați	127
5.3.8. Motive pentru care angajații aleg o companie de IT în detrimentul altei companii	128
5.3.9. Motive ce determină angajatul să părăsească compania	129
5.3.10. Diferența dintre ceea ce li se promite angajaților și ceea ce găsesc în companie	130
5.4. Analiza datelor demografice și a angajaților din IT participanți în cadrul anchetei	133
5.4.1. Categoria de vârstă, genul și orașul angajaților în IT	133
5.4.2. Poziția ocupată în compania de IT	136
5.4.3. Experiența la locul de muncă și vechimea în domeniul IT	137

Fericea angajaților în industria informației. Promisiuni vs realitate	7
Concluzii, limite ale cercetării și direcții viitoare de cercetare	141
Concluzii	141
Contribuții teoretice și practice ale cercetării	149
Implicații manageriale	149
Limitele și direcții viitoare de cercetare.....	150
Lista tabelor.....	153
Lista graficelor	155
Lista imaginilor	157
Bibliografie	159
Anexe	167