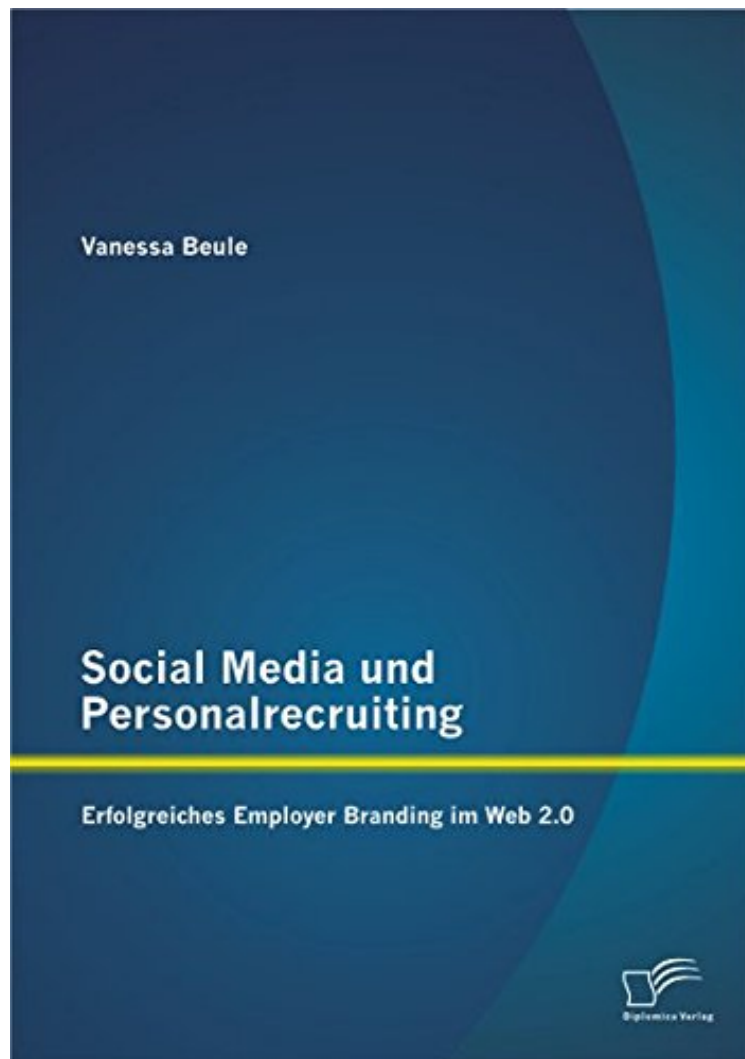


[E-BOOK] Social Media und Personalrecruiting: Erfolgreiches Employer Branding im Web 2.0

Social Media und Personalrecruiting: Erfolgreiches Employer Branding im Web 2.0

Von Vanessa Beule

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #1318890 in BcherVerffentlicht am: 2014-01-20Erscheinungsdatum: 2014-01-20Abmessungen: 8.27 x .24b x 5.83l, .32 Pfund Einband: Taschenbuch112 Seiten | File size: 32.Mb

Von Vanessa Beule : Social Media und Personalrecruiting: Erfolgreiches Employer Branding im Web 2.0

before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Media und Personalrecruiting: Erfolgreiches Employer Branding im Web 2.0:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr gutes FachbuchVon Kevin B.Diese Studie gibt Aufschlsse ber die strategische Ebene von Personalmarketing im Bereich Social Media. Ferner wird das Thema als groes Ganzes kritisch hinterfragt und hervorragend analysiert. Zwar basiert die Online Studie nur auf qualitativ erhobenen Daten, dennoch enthlt diese Inhalte, die auf die Allgemeinheit

bertragen werden können. Die Autorin hat interessante Quellen ausgewählt.

Kurzbeschreibung Der Fokus dieses Buches liegt auf der Implementierung einer Employer Brand (Arbeitgebermarke) in Social Media Kanälen. Dabei werden unter anderem Social Networks wie Facebook, das Business-Netzwerk Xing sowie der Micro Blog Dienst Twitter in Hinblick auf ihre Funktionen und ihre Möglichkeiten für das Recruiting untersucht. Neben den sogenannten Social Media Guidelines werden auch rechtliche Risiken behandelt. Ein Schwerpunkt der Untersuchung liegt im Punkt Strategie und Umsetzung. Das Gerüst jeglicher Personalrecruiting-Social-Media-Aktivitäten bildet die Unternehmensstrategie mit ihrer Corporate Identity. Die eigentliche operative Umsetzung findet in Form einer wertorientierten Kommunikation statt. Personalmarketing auf Social Media Kanälen kostet Geld. Es wird abgebildet, welche Faktoren sich als Kosten identifizieren lassen. Gleichzeitig werden Monitoring-Ansätze zur Kontrolle und Messung derartiger Kommunikation dargestellt. Die Ergebnisse einer qualitativen Online-Befragung deutscher Unternehmen geben Aufschluss über den tatsächlichen Einsatz von Social Media für Personalrecruiting und Employer Branding, beleuchten welche konkreten Effekte Unternehmen durch ihre Aktivitäten gewonnen haben und zeigen auf, welche Dienste derzeit genutzt werden. über den Autor und weitere Mitwirkende Vanessa Beule, B.A. wurde 1987 in Siegburg geboren. Ihr Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Dualen Hochschule in Mannheim schloss die Autorin im Jahre 2012 mit dem akademischen Grad des Bachelor of Arts erfolgreich ab. Social Media sowie die Kommunikation im Web 2.0 faszinierten die Autorin. Ihre praktischen Erfahrungen bei einem führenden deutschen Versicherungsunternehmen motivierten sie, sich der Thematik des vorliegenden Buches zu widmen.