

Personalmarketing

- Kapitel 2 Grundlagen des Personalmarketings – 15
- Kapitel 3 Prozess des Personalmarketings – 27
- Kapitel 4 Analysen im Prozess des Personalmarketings – 31
- Kapitel 5 Auswahl und Gestaltung von Personalmarketingmethoden – 51
- Kapitel 6 Auswahl und Gestaltung von Personalauswahlmethoden – 89
- Kapitel 7 Evaluation des Personalmarketings – 125
- Kapitel 8 Personalmarketing – Fazit – 129

„Personalmarketing“ ist ein Oberbegriff für all jene Strategien, mit deren Hilfe ein Arbeitgeber versucht, attraktive Bewerber für sich zu interessieren und nach erfolgreich durchlaufenem Auswahlverfahren zur Annahme eines Stellenangebotes zu animieren. Im zweiten Kapitel geht es darum, die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu diesem Themenkomplex aufzuarbeiten und hieraus nützliche Empfehlungen für die Praxis abzuleiten.