



Employer-Branding als personalpolitisches Instrument zur verbesserten Rekrutierung am Beispiel von monster.de

By Lisa Morgenbrodt

GRIN Verlag Okt 2011, 2011. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x148x2 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2009 im Fachbereich BWL - Personal und Organisation, Note: 1,3, International School of Management, Standort Dortmund , Sprache: Deutsch, Abstract: Es wird höchste Zeit, dass Sie sich als attraktive Arbeitgebermarke positionieren . Diesen dringlichen Hinweis gibt die Jobbörse Monster in einem Ratgeber für Arbeitgeber. Die Notwendigkeit einer Arbeitgebermarke ist in den vergangenen Jahren aus dem Mangelangebot an High Potentials, also hochqualifizierten Fachkräften, entstanden. Nicht allein der demographische Wandel hat dazu geführt, dass heutzutage Bewerber von Unternehmen umworbenen werden und nicht andersherum. Besonders die Attraktivität von Jobs im Ausland ist gerade für Unternehmen, die in Deutschland agieren, ein großes Problem geworden.Um diesem Problem zu begegnen und die attraktiven Bewerber für sich zu gewinnen, ist es wichtig, im Rahmen des so genannten Employer Branding eine glaubwürdige Arbeitgebermarke aufzubauen und den Arbeitgebermehrwert zu vermitteln. Employer Branding wird als Instrument der Personalpolitik mit einer starken Verzahnung mit dem Marketing eines Unternehmens gesehen. Diese Arbeit untersucht den Einsatz des Employer Branding bei der Jobbörse Monster zur Rekrutierung von Mitarbeitern. Zunächst vermittelt sie im ersten Kapitel grundlegendes Wissen für...

Reviews

Thorough information for publication lovers. it was actually writtern extremely properly and useful. I found out this publication from my i and dad suggested this book to learn.

-- Dr. Garnett McLaughlin II

This book is great. it was writtern quite flawlessly and helpful. You will not truly feel monotony at whenever you want of your time (that's what catalogs are for concerning if you ask me).

-- Sterling Kris