

Anonym

Gemeinsame Einsatzmöglichkeiten von Social-Media-Marketing und Personalmarketing

Erfolgsfaktoren im Recruiting

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2019 GRIN Verlag
ISBN: 9783346268273

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/938416>

Anonym

Gemeinsame Einsatzmöglichkeiten von Social-Media-Marketing und Personalmarketing

Erfolgsfaktoren im Recruiting

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

BACHELORARBEIT

**Erfolgsfaktoren im Recruiting
– eine Analyse der
gemeinsamen
Einsatzmöglichkeiten von
Social-Media-Marketing und
Personalmarketing**

2019

Erfolgsfaktoren im Recruiting - eine Analyse der gemeinsamen Einsatzmöglichkeiten von Social Media Marketing und Personalmarketing

Success factors in recruiting - an analysis of the common applications of social media marketing and personel marketing

55 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2019

Abstract

Der Fachkräftemangel und die daraus resultierenden Probleme für Unternehmen, wie die Nachbesetzung von Stellen, sind in der heutigen Arbeitswelt stetig ein Thema. Besonders kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) haben immer öfter Schwierigkeiten offene Stellen zügig zu besetzen. Um dieser Problematik entgegen zu wirken, bietet sich für Unternehmen vor allem die Möglichkeit über soziale Netzwerke nach neuen Mitarbeitern zu suchen. Ziel dieser Forschung ist es, Erfolgsfaktoren der gemeinsamen Nutzung von Social-Media-Marketing und Personalmarketing zu identifizieren. Dazu wurden folgende Forschungsfragen gestellt: Inwiefern können Social-Media-Marketing und Personalmarketing gemeinsam genutzt werden und wie können diese voneinander profitieren? Außerdem stellt sich die Frage: Welche Maßnahmen und Strategien werden von Unternehmen für Social-Media-Recruiting eingesetzt? Um die Forschungsfragen zu beantworten, wurde auf Sekundärdaten und Studien zurückgegriffen. Zudem wurden zwei Unternehmen auf die angewendeten Maßnahmen im Social-Media-Recruiting hin untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass besonders KMU in diesem Bereich nachziehen und aktiver werden müssen, um auch in Zukunft junge und qualifizierte Arbeitskräfte für sich gewinnen zu können.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	IV
1 Einleitung	1
1.1 Hinführung zur Thematik	1
1.2 Forschungsfrage	3
1.3 Methodische Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	3
2 Theoretische Rahmenbedingungen	5
2.1 Recruiting	5
2.1.1 Einflussfaktor Demografischer Wandel	7
2.1.2 Einflussfaktor Generation Y	9
2.2 Personalmarketing	11
2.2.1 Aufgabenfelder und Ziele	13
2.2.2 Instrumente	15
2.3 Social-Media-Marketing	17
2.3.1 Grundlagen	20
2.3.2 Ziele	22
3 Klassifikation von Social-Media-Anwendungen	25
3.1 Soziale Netzwerke: Facebook	27
3.2 Businessplattformen: Xing	31
3.3 Media-Sharing-Plattformen: YouTube	34
4 Social-Media-Recruiting am Beispiel der Bertelsmann SE & Co. KGaA und der Paessler AG	38
4.1 Vorstellung Bertelsmann SE & Co. KGaA	38
4.2 Vorstellung Paessler AG	39
4.3 Einsatz sozialer Netzwerke: Facebook	41
4.3.1 Umsetzung bei Bertelsmann	41
4.3.2 Umsetzung bei Paessler	43
4.4 Einsatz von Businessplattformen: Xing	44
4.4.1 Umsetzung bei Bertelsmann	44
4.4.2 Umsetzung bei Paessler	47
4.5 Einsatz von Content-Sharing-Communities: YouTube	48