

Rekrutacja pracowników z użyciem metody headhuntingu w mediach społecznościowych

Wstęp.....5

Rozdział 1

Ogólna charakterystyka zasobów ludzkich i zarządzania nimi

1.1 Koncepcje zasobów ludzkich i zarządzania nimi.....8

1.2 Rodzaje zarządzania zasobami ludzkimi.....16

1.3 Współczesne wyzwania w obszarze zarządzania zasobami.....19

Rozdział 2

Rekrutacja i selekcja pracowników w ZZL

2.1 Pojęcie rekrutacji25

2.1.1. Rekrutacja zewnętrzna..... 26

2.1.2. Rekrutacja wewnętrzna..... 26

2.2. Metody poszukiwania pracowników..... 28

2.2.1. Urzędy Pracy28

2.2.2. Dni otwarte w firmach oraz targi pracy29

2.2.3. Internet..... 29

2.2.4. Uczelnie..... 29

2.2.5. Agencje doradztwa personalnego..... 30

2.2.6. Kandydaci z polecenia i kandydaci „z ulicy”..... 30

2.2.7. Headhunting30

2.2.8. Ogłoszenia w mediach i prasie..... 31

2.3. Selekcja pracowników..... 31

Rozdział 3

Headhunting jako metoda rekrutacji

3.1 Geneza headhuntingu jako metody rekrutacji	38
3.2 Specjalizacje firm headhunterskich.....	41
3.3 Charakterystyka pracy headhuntera.....	43
3.4 Analiza metodyki pracy firm headhuntingowych	47
3.5 Headhunting a moralność.....	52
3.6 Headhunting w Polsce.....	53

Rozdział 4

Działalność headhunterska w social media na podstawie badań własnych

4.1. Metodologia badań własnych.....	57
4.1.1. Cel i przedmiot badań	58
4.1.2. Problemy badawcze	58
4.1.3. Hipotezy badawcze	60
4.1.4. Metody, techniki i narzędzia badawcze.....	61
4.1.5. Charakterystyka badanej populacji	64
4.2 Headhunting w polskojęzycznych social media – analiza źródłowa.....	65
4.3 Headhunting w social media – analiza wskazań respondentów	76
4.4 Podsumowanie i wnioski z badań	87

Zakończenie	89
-------------------	----

Bibliografia.....	91
-------------------	----

Spis tabel	93
------------------	----

Spis rysunków	93
---------------------	----

Spis załączników Załącznik. 1. Ankieta	93
--	----

Załącznik	94
-----------------	----