

Strategie marketingowe na rynku pracy

Wstęp

Rozdział 1.

Strategia marketingowa

1.1. Pojęcie strategii marketingowej

1.2. Klasyfikacja strategii marketingowych

1.2.1. Strategie marketingowe ofensywne

1.2.2. Strategie marketingowe defensywne

1.3. Kryteria wyboru strategii marketingowych

1.3.1. Metody wyboru strategii marketingowej.

Rozdział 2.

Rynek pracy

2.1. Pojęcie rynku pracy

2.2. Segmentacja rynku pracy

2.2.1. Tradycyjne podziały rynku pracy

2.2.2. Teorie segmentacji rynku pracy

2.3. Motywacje jednostki a praca zawodowa

2.3.1. Pojęcie motywacji

2.3.2. Polityka motywowania

Rozdział 3.

Zarządzanie zasobami ludzkimi

3.1. Zarys historyczny zarządzania zasobami ludzkimi

3.2. Pojęcie zarządzania zasobami ludzkimi

3.3. Planowanie zasobów ludzkich

Rozdział 4.

Aktywnosc zawodowa kobiet

4.1. Pozycja kobiet na rynku pracy

4.1.1. Przekonania dotyczące pracy zawodowej kobiet

4.1.2. Aktywnosc gospodarcza kobiet

4.2. Aktywnosc kobiet w poszukiwaniu pracy

4.2.1. Centrum Promocji Kobiet wobec bezrobocia kobiet

4.2.2. Oczekiwania bezrobotnych kobiet wobec rynku pracy.

4.2.3. Bezrobocie kobiety powyzej 35 roku zycia na lokalnych rynkach pracy.

4.3. Czy kobiety sa dyskryminowane na rynku pracy?

Wnioski

Bibliografia

Wykaz rysunków

Wykaz tabel