



## **Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener**

*Philipp Fröhling, Toni Krämer*

 **Download**

 **Online Lesen**

**Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener** Philipp Fröhling, Toni Krämer

 [Download Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im ...pdf](#)

 [Online Lesen Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung ...pdf](#)

# **Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener**

*Philipp Fröhling, Toni Krämer*

**Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener** Philipp Fröhling, Toni Krämer

## **Downloaden und kostenlos lesen Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener Philipp Fröhling, Toni Krämer**

---

Format: Kindle eBook

Kurzbeschreibung

Masterarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL - Personal und Organisation, Note: 1,1, FOM Essen, Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH, Hochschulleitung Essen früher Fachhochschule, Veranstaltung: Human Resources, Sprache: Deutsch, Abstract: Aufgrund der demographischen Entwicklung und des damit verbundenen des "War for Talents" gewinnt das Personalmarketing immer mehr an Bedeutung. Da sich junge Erwachsene viel in Social Media aufhalten, rücken diese Plattformen und Netzwerke im Internet immer mehr in den Fokus des Personalmarketings. Sie sind längst ein wichtiger Abholpunkt für die junge Generation.

Diese jungen Leute stehen früher oder später vor der sehr wichtigen Entscheidung, welche berufliche bzw. akademische Richtung sie einschlagen sollen. Diese Richtungsentscheidung wird durch zahlreiche Faktoren beeinflusst. Es stellt sich daher die Frage, welche Rolle Social Media im Prozess der Berufsorientierung von jungen Erwachsenen spielen. Daran anknüpfend: Wie können Personalmarketingmaßnahmen in Social Media an diesen Aspekten ausgerichtet werden?

Die vorliegende Arbeit nähert sich diesen Fragen mit Hilfe von Theorie, Studien und eigener Empirie. Als Fallbeispiel dient die Bundeswehr, die einen umfangreichen Bedarf an jungen Erwachsenen hat, um die Stellen in ihren verschiedenen Laufbahnen besetzen zu können.

Hier wird die Gruppe der Bewerber für die Laufbahn der Offiziere zu ihrem Nutzerverhalten in Social Media im Kontext der Berufsorientierung befragt.

Durch die Operationalisierung dieser Ausgangsfrage ergeben sich viele Anschlussfragen:

- Werden Social Media bewusst für die Berufsorientierung genutzt?
- Welche Plattformen haben die größte Relevanz?
- Welche Rolle spielt der User Generated Content?
- Welches sind bei der Berufsorientierung in Social Media die relevanten Themen?
- Welches sind in Social Media die relevanten Formen der Informationsbereitstellung?
- Verhalten sich die jungen Erwachsenen dabei aktiv oder eher passiv?

Anhand der Ergebnisse der Erhebung werden die Personalmarketingmaßnahmen der Bundeswehr in Social Media kritisch bewertet und Handlungsempfehlungen für deren Personalmarketing abgeleitet sowie allgemeine Hinweise zum Personalmarketing in Social Media formuliert.

Kurzbeschreibung  
Masterarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL - Personal und Organisation, Note: 1,1, FOM Essen, Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH, Hochschulleitung Essen früher Fachhochschule, Veranstaltung: Human Resources, Sprache: Deutsch, Abstract: Aufgrund der demographischen Entwicklung und des damit verbundenen des "War for Talents" gewinnt das Personalmarketing immer mehr an Bedeutung. Da sich junge Erwachsene viel in Social Media aufhalten, rücken diese Plattformen und Netzwerke im Internet immer mehr in den Fokus des Personalmarketings. Sie sind längst ein wichtiger Abholpunkt für die junge Generation.

Diese jungen Leute stehen früher oder später vor der sehr wichtigen Entscheidung, welche berufliche bzw. akademische Richtung sie einschlagen sollen. Diese Richtungsentscheidung wird durch zahlreiche Faktoren beeinflusst. Es stellt sich daher die Frage, welche Rolle Social Media im Prozess der Berufsorientierung von jungen Erwachsenen spielen. Daran anknüpfend: Wie können Personalmarketingmaßnahmen in Social Media an diesen Aspekten ausgerichtet werden?

Die vorliegende Arbeit nähert sich diesen Fragen mit Hilfe von Theorie, Studien und eigener Empirie. Als Fallbeispiel dient die Bundeswehr, die einen umfangreichen Bedarf an jungen Erwachsenen hat, um die Stellen in ihren verschiedenen Laufbahnen besetzen zu können.

Hier wird die Gruppe der Bewerber für die Laufbahn der Offiziere zu ihrem Nutzerverhalten in Social Media

im Kontext der Berufsorientierung befragt.

Durch die Operationalisierung dieser Ausgangsfrage ergeben sich viele Anschlussfragen:

- Werden Social Media bewusst für die Berufsorientierung genutzt?
- Welche Plattformen haben die größte Relevanz?
- Welche Rolle spielt der User Generated Content?
- Welches sind bei der Berufsorientierung in Social Media die relevanten Themen?
- Welches sind in Social Media die relevanten Formen der Informationsbereitstellung?
- Verhalten sich die jungen Erwachsenen dabei aktiv oder eher passiv?

Anhand der Ergebnisse der Erhebung werden die Personalmarketingmaßnahmen der Bundeswehr in Social Media kritisch bewertet und Handlungsempfehlungen für deren Personalmarketing abgeleitet sowie allgemeine Hinweise zum Personalmarketing in Social Media formuliert. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Philipp Fröhling schloss sein Diplomstudium der Berufs- und Erwachsenenpädagogik im Jahr 2005 erfolgreich ab. Mehrjährige praktische Erfahrungen in der Personalauswahl sowie in der Studienberatung sammelte er dann am Assessment-Center für Führungskräfte der Bundeswehr. Parallel absolvierte er das Studium Human Resources Management mit Abschluss Master of Arts, welches der Autor im Jahr 2012 erfolgreich beendete. Die praktischen und akademischen Kenntnisse bringt er aktuell als Personalreferent bei FERCHAU Engineering in Bremen ein und beschäftigt sich mit dem Themen Rekrutierung, Personalentwicklung und Personalmarketing.

Toni Krämer absolvierte zunächst den Diplomstudiengang der Betriebswirtschaftslehre an der Helmut-Schmidt-Universität in Hamburg, welchen er im Jahr 2006 erfolgreich abschloss. Danach sammelte er mehrjährige Erfahrungen im Bereich der Personalauswahl sowie der Personalentwicklung am Assessment-Center für Führungskräfte der Bundeswehr in Köln. Parallel schloss der Autor im Jahr 2012 das Masterstudium Human Resources Management erfolgreich ab. Seine praktischen sowie akademischen Erfahrungen und Kenntnisse bringt er derzeit bei der ABLE Management Services GmbH in Gummersbach ein, wo er sich als Personalreferent vor allem mit den Themen Rekrutierung, Personalentwicklung und Personalmarketing beschäftigt.

Download and Read Online Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener Philipp Fröhling, Toni Krämer #16QG239HJXN

Lesen Sie Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener von Philipp Fröhling, Toni Krämer für online ebook Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener von Philipp Fröhling, Toni Krämer Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener von Philipp Fröhling, Toni Krämer Bücher online zu lesen. Online Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener von Philipp Fröhling, Toni Krämer ebook PDF herunterladen Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener von Philipp Fröhling, Toni Krämer Doc Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener von Philipp Fröhling, Toni Krämer Mobipocket Social Media im Personalmarketing: Eine Untersuchung im Rahmen der Berufsorientierung junger Erwachsener von Philipp Fröhling, Toni Krämer EPub