

Jürgen Schiller Garcia

Personalmarketing und Internet

Grundlagen, Instrumente
und Perspektiven der
Online-Rekrutierung

VDM Verlag Dr. Müller

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VII
1. Warum E-Recruiting?.....	1
1.1. Erleichtert die hohe Arbeitslosigkeit die Personalanwerbung?.....	1
1.2. Was E-Recruiting nicht ist.....	3
1.3. Was kann E-Recruiting langfristig für das Unternehmen bedeuten?.....	3
1.4. Gang der Untersuchungen.....	4
2. Die Personalanwerbung.....	6
2.1. Die Personalanwerbung im Rahmen der Personalbeschaffung.....	6
2.2. Die Formen der internen Personalanwerbung.....	8
2.3. Die Formen der externen Personalanwerbung.....	10
2.3.1. Aktive Personalanwerbung.....	12
2.3.2. Passive Personalanwerbung.....	17
2.4. Die Stellenausschreibung.....	19
2.5. Die Stellenanzeige.....	21
2.6. Die Bedeutung des Personalmarketings bei der Anwerbung.....	24
2.6.1. Das Ziel des Personalmarketings.....	24
2.6.2. Die Arbeitgebermarke.....	26
3. Grundlagen zu Webtechnologien und Informationssystemen.....	28
3.1. Das Internet und das WWW.....	28
3.2. Die HR-Informationssysteme (HRIS).....	31
3.2.1. Allgemeine Anforderungen an Informationssystemen.....	32
3.2.2. Funktionale Anforderungen für die Personalanwerbung.....	34
3.3. Das Content-Management-System (CMS).....	38
3.4. Schnittstellen mit Webservice und XML.....	40
4. Die Anwerbung unter Nutzung von Webtechnologie.....	43
4.1. Online-Jobbörsen in der Personalanwerbung.....	44
4.1.1. Markt Betrachtung.....	44
4.1.2. Differenzierung von Online-Jobbörse.....	47
4.1.3. Leistungsumfang von externen Online-Jobbörsen.....	49

1 Warum E-Recruiting?

4.2.	Die HR-Homepage in der Personalanwerbung.....	53
4.2.1.	Die Erfolgsfaktoren einer HR-Homepage.....	55
4.2.2.	Umsetzung der Erfolgsfaktoren.....	60
4.2.3.	Best Practice: HR-Homepage.....	66
4.3.	Standardisierung in der Personalanwerbung durch HR-XML.....	70
4.4.	Weitere Plattformen und Kanäle für die Personalanwerbung.....	74
4.5.	Best Practice: Webbasiertes HR-Informationssystem - BeeSite Recruiting Edition77	
5.	Die Bewertung der Webtechnologien für den Einsatz in der Personalanwerbung. 82	
5.1.	Welche Zielgruppe erreicht das WWW?.....	82
5.2.	Integrierte Rekrutierung.....	85
5.2.1.	Traditionelle oder elektronische Personalanwerbung?.....	86
5.2.2.	Kosten-Nutzen-Analyse des Rekrutierungskanals.....	90
5.2.3.	Effizienz und Effektivität durch Einsatz von HR-XML.....	94
5.2.4.	Mieten, Kaufen oder Eigenentwicklung?.....	96
5.3.	<u>Probleme und Lösungsansätze.....</u>	<u>97</u>
6.	Resümee und Ausblick.....	102
	Quellenangaben.....	VI
	Gesetzestexte.....	XIII
	Anhang.....	XIV