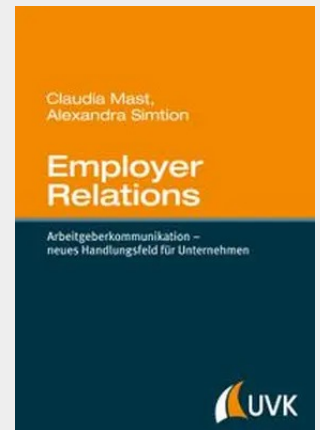


Employer Relations

Arbeitgeberkommunikation – neues Handlungsfeld für Unternehmen

Demografischer Wandel und Fachkräftemangel – das Umfeld der Unternehmen ändert sich gravierend. Wie wollen sie die Aufmerksamkeit ihrer künftigen Mitarbeiter im Informationsrauschen der digitalisierten Medienwelten finden? Wie kommunizieren denn Firmen überhaupt in ihrer Rolle als Arbeitgeber? Und was erwarten die Stakeholder, die sie ansprechen wollen? In der vorliegenden Studie werden Ergebnisse aus einem mehrstufigem Forschungsprogramm vorgestellt – von einer breit angelegten Umfrage unter Kommunikations- und Personalverantwortlichen der Top-500-Unternehmen in Deutschland, Befragungen unter abhängig Beschäftigten, Auszubildenden und Studierenden sowie qualitativen Analysen bei ausgewählten Firmen und Best-Practice-Beispielen aus der Unternehmenspraxis. Stakeholder-Präferenzen werden dabei Schritt für Schritt den Unternehmensperspektiven gegenübergestellt. Dabei wird klar: In der Arbeitgeberkommunikation treffen Firmen auf eine Vielfalt von Erwartungen. Vor ihnen liegt noch ein langer Weg in diesem neuen Kommunikationsfeld – vom instrumentellen Zielgruppen-Denken hin zu einer klaren Stakeholder-Perspektive. Employer Relations als neues Handlungsfeld der Unternehmenskommunikation umfasst die Kommunikationsbeziehungen von Arbeitgebern zu den internen und externen Stakeholdern gleichermaßen. Das Buch plädiert daher für eine integrierte Betrachtungsweise, die inzwischen überholte Rivalitäten zwischen den unterschiedlichen Perspektiven von Marketing, Corporate Communications und Human Resources hinter sich lässt.



39,00 €
36,45 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783744510653
Medium: Buch
ISBN: 978-3-7445-1065-3
Verlag: Herbert von Halem Verlag
Erscheinungstermin: 18.04.2016
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2016
Produktform: Gebunden
Gewicht: 579 g
Seiten: 302
Format (B x H): 155 x 214 mm

