
Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Sachlich-systematische Grundlegung | 1 |
| 1.1 | Die personale Wertschöpfungskette | 1 |
| 1.2 | Wertorientiertes Personalmanagement | 4 |
| 1.3 | Analogien zum klassischen Marketing | 5 |
| 2 | Aktionsfelder der Personalmarketing-Gleichung | 11 |
| 2.1 | Prozesskette Personalbeschaffung | 11 |
| 2.1.1 | Segmentierung | 12 |
| 2.1.2 | Positionierung | 15 |
| 2.1.3 | Signalisierung | 19 |
| 2.1.4 | Kommunikation | 22 |
| 2.1.5 | Personalauswahl und -integration | 26 |
| 2.2 | Prozesskette Personalbetreuung | 29 |
| 2.2.1 | Personalvergütung | 30 |
| 2.2.2 | Personalführung | 34 |
| 2.2.3 | Personalbeurteilung | 37 |
| 2.2.4 | Personalentwicklung | 40 |
| 2.2.5 | Personalfreisetzung | 43 |
| 3 | Zusammenfassung und kritische Würdigung | 49 |
| | Literatur | 53 |
| | Sachverzeichnis | 57 |