

عنوان مقاله:

مروری بر نقش بازاریابی محتوای ابزار بازاریابی استخدام در جذب استعدادها

محل انتشار:

دومین کنفرانس مدیریت جذب و استخدام (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

پیمان شیروانی

خلاصه مقاله:

از زمانیکه جذب و حفظ افراد ماهر و استعدادها به عنوان یکی از عوامل کلیدی در دستیابی به مزیت رقابتی سازمانها مطرح شد، مفهوم بازاریابی استخدام و نیاز به آن در سازمانها احساس شده است (سولز و همکاران، 2011). در عصر دیجیتال، بازاریابی استخدام 2 به عنوان یکی از پیامدهای ماهیت پیچیده و رقابتی بازار نیروی کار پدید آمده است و از طرفی استخدام به عنوان یکی از کارکردهای مدیریت منابع انسانی که همواره تاثیر مستقیمی بر عملکرد سازمان می گذارد، به شمار می آید. هدف از نگارش این مقاله بررسی نقش بازاریابی محتوا در فعالیتهای مرتبط با جذب استعدادها و تعیین استراتژی های محتوایی در هر مرحله از نقشه سفر کارکنان است. همچنین، در این مقاله به مرور ادبیات بازاریابی و استخدام به منظور دنبال کردن فلسفه بازاریابی استخدام، مرور مطالعات بازاریابی محتوا به عنوان ابزاری برای جذب و مشارکت افراد تازه استخدام شده و ارتباط و تعامل بین اجزای فرایند استخدام هستیم.

کلمات کلیدی:

بازاریابی استخدام، جذب استعدادها، برند کارفرمایی، بازاریابی محتوا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1158425>

