

<<中国雇主品牌传播实录>>

图书基本信息

书名：<<中国雇主品牌传播实录>>

13位ISBN编号：9787115153715

10位ISBN编号：711515371X

出版时间：2006-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：詹未

页数：227

字数：200000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国雇主品牌传播实录>>

内容概要

《绝对挑战》是一档新颖的电视招聘节目，依托中央电视台这个强势的传播平台，吸引了多家国际国内大型企业的目光，在社会上产生了一定的影响。

在本书中，《绝对挑战》针对“雇主品牌”这个主题，以雇员为主体，以雇主为评价对象，把雇主的目标、价值观甚至人格、性格融合在一起，把雇员的快乐感立体化为成就感、成长感和归属感三个方面，体现在雇员的工作感受和企业的成长经历之中。

本书适合企业的领导者、人力资源管理者和社会上大量的求职者及潜在应聘者——即将毕业的大学生阅读。

<<中国雇主品牌传播实录>>

书籍目录

2005, 中国雇主品牌元年——刘戈个人、企业、社会共赢的企业发展观——张本波快乐雇主与快乐雇员——智然打造品牌“第三极”——郭伟君中国雇主品牌事业的电视化成长之路——智联招聘
“2005CCTV中国年度雇主调查”电视活动简介中国雇主品牌十佳案例 案例一：阿里巴巴 案例二：甲骨文 案例三：百度 专家点评：雇主品牌与顾客品牌——张鸿 案例四：联想 案例五：爱立信 案例六：万科 案例七：海尔 专家点评：本土品牌：你的内功练好了吗——李光斗 案例八：星巴克 案例九：西安杨森 案例十：伊利 专家点评+打造良好的雇主品牌实现企业可持续发展——初立 “2005CCTV中国年度雇主调查”总报告《绝对挑战》常态节目传播 案例一：NG 案例二：新浪网 案例三：中信实业银行 案例四：华北制药 案例五：环球时报 案例六：青鸟健身 案例七：中青旅遨游网 案例八：北大青鸟 案例九：吉利汽车 案例十：首钢集团 “2005CCTV中国年度雇主调查”规则及流程大事记

<<中国雇主品牌传播实录>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>