第一图书网, tushu007.com

<<人力资源市场调查>>

图书基本信息

书名：<<人力资源市场调查>>

13位ISBN编号：9787565400285

10位ISBN编号：7565400289

出版时间：2010-6

出版时间：东北财经大学出版社

作者：童丽，王贵军，丁雯 著

页数：193

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

前言

市场调查理念是从市场营销管理工作中产生的，通过信息将消费者、顾客和公众与营销者链接起来。
通过市场调查工作获得的信息主要用于识别和确定营销机会及问题，产生、提炼和评估营销活动。
近年来，市场调查理念逐步融人企业人力资源管理工作。
因为随着社会的不断发展，企业之间的竞争已经演变成了掌握信息的竞争，企业人力资源管理环节对信息掌握的要求也日益凸现出来。
如在招聘过程中，往往通过系统的面试环节录用的员工，却存在一系列的风险：与其他企业存续劳动关系、工作经历虚假、学历虚假等，其实这些风险就是由于人力资源管理工作中对应聘者信息掌握不全面所导致的。
信息对于企业管理的任何环节都非常重要，而信息的获取关键还得利用市场调查。
企业在人力资源管理实践中，为获取信息而开展的市场调查工作已非常多。
如员工培训初期，为有针对性地提高员工素质，对员工进行的员工培训需求调查；在薪酬管理环节，为实现企业薪酬体系的外部竞争性和内部公平性，进行的外部市场薪酬调查和内部薪酬满意度调查；为了解员工对企业的认可程度，进行的员工满意度调查等。
21世纪企业要以新的思维来对待员工，要以营销的视角来开发组织中的人力资源。
从某种意义上说，人力资源管理也是一种营销工作，我们的企业要站在员工需求的角度，通过提供令员工满意的人力资源产品与服务来吸纳、留住、激励、开发企业所需要的人才。
要实现对员工需求的真正了解，就必须开展人力资源市场调查工作。

内容概要

一是工作过程导向。
《人力资源市场调查》基础篇部分以完整的市场调查过程（调查准备——调查实施——调查结果处理）作为编写的主线。
二是体系完整。
《人力资源市场调查》的实务篇涵盖人力资源管理工作的各个环节，第四章对应员工关系环节；第五章对应招聘录用环节；第六章对应员工培训开发环节；第七章对应薪酬福利环节；第八章对应绩效管理环节。
三是强化技能。
《人力资源市场调查》上下两篇的编写都注重各项具体任务的操作流程、操作步骤等。
同时在章内设置“小思考”、“案例分析”、“知识链接”等，在章后设置“案例分析”、“实践训练”，用于进一步培训与提高学生的操作技能，尤其在实务篇部分重点介绍各项调查的方法、调查的工具、调查的流程、调查中应注意的关键事项，技能的锻炼在《人力资源市场调查》中得到了强化。
《人力资源市场调查》一书是由东北财经大学出版社组织编写的“21世纪高职高专精品教材·人力资源管理专业”系列规划教材中的一本，主要供高职高专人力资源管理专业学生使用，也可以供涉足人力资源管理工作的企业人士阅读。
我们真诚地希望，《人力资源市场调查》的出版发行能够对企业开展人力资源管理类的调查工作起到一定的指导作用。

<<人力资源市场调查>>

书籍目录

第1篇　基础篇第1章　人力资源市场调查的准备阶段学习目标1.1　人力资源市场调查的由来1.2　人力资源市场调查的内容及重要性1.3　人力资源市场调查的步骤及调查团队的构成1.4　人力资源市场调查的常用方法●知识掌握●知识应用第2章　人力资源市场调查的实施阶段学习目标2.1　人力资源市场调查策划2.2　人力资源市场调查问卷设计2.3　人力资源市场调查的现场实施●知识掌握●知识应用第3章　人力资源市场调查的结果处理阶段学习目标3.1　调查数据处理3.2　调查报告撰写●知识掌握●知识应用第2篇　实务篇（典型的人力资源市场调查）第4章　员工满意度调查学习目标4.1　为什么要关注员工满意度调查4.2　员工满意度调查怎么做4.3　员工满意度调查中应注意的关键问题●知识掌握●知识应用第5章　应聘者背景调查学习目标5.1　为什么要关注应聘者背景调查5.2　应聘者背景调查怎么做5.3　对应聘者进行背景调查时应注意的关键问题●知识掌握●知识应用第6章　企业培训需求调查学习目标6.1　为什么要关注企业培训需求调查6.2　企业培训需求调查怎么做6.3　培训需求调查中应注意的关键问题●知识掌握●知识应用第7章　外部市场薪酬调查学习目标7.1　为什么要关注外部市场薪酬调查7.2　外部市场薪酬调查怎么做7.3　市场薪酬调查中应注意的关键问题●知识掌握●知识应用第8章　绩效管理现状调查学习目标8.1　为什么要关注绩效管理现状调查8.2　绩效管理现状调查怎么做8.3　绩效管理现状调查应注意的关键问题●知识掌握●知识应用主要参考文献

章节摘录

（3）提问的用词要明确具体。
提问的用词一定要保证所要提问的问题清楚明了，具有唯一的意义。
不明确具体的词和含糊不清的表述使被调查者不知所云，从而也就不知从何答起，或不愿作答，甚至根本就不作答。
例如，“您今年上半年的月平均收入是多少？
”这是一个看似明确具体的提问，“今年上半年”、“月平均”都很明了，但是，“收入”对不同的人会有不同的理解，究竟是税前还是税后呢？
“收入”是仅指工资，还是包括奖金；补贴、其他收入呢？
另外，在提问句中尽量少用诸如“通常”、“大概”、“可能”、“偶尔”等不明确的词语。
（4）避免用冗长复杂的句子提问。
被调查者需要阅读一系列问题，如果提问句较长较复杂，被调查者会因一时看不明白问题而答错或不答。
例如，“对于许多求职来说，深圳的收入水平和气候环境都比其他城市好，您愿意到深圳来发展，您除了关注深圳的收入和气候外，还会关注以下哪些因素？
”这句话较长，调查对象需要点耐心，不如改成，“您来深圳求职，除了关注这里的收入水平和气候条件，还关注以下哪些因素？
”　　（5）避免提引导性或倾向性问题。
如果提出的问题，暗示了调查者的观点和见解，力求使回答者跟着这种倾向回答，这种提问就是“引导性提问”。
例如，“公司很多员工认为传统节日里发适合时宜的礼品比发现金好，您对此感觉如何？
”再如，“您认为我们部门员工的工资水平是否应该提高？
”这些问题都有意（或无意）向被调查暗示了答案的方向或暗示出调查者自己的观点。
这种提问是调查的大忌，常常会引出和事实相反的结论。
合格问卷中的每个问题都应该是中立的、客观的，不应该带有某种倾向性或诱导性，应该让被调查者自己去选择答案。

第一图书网, tushu007.com

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