
Daniel Zimmermann: Personalmarketing im Internet. Konzeptionelle Grundlagen - Empirische Untersuchung in der Schweiz - Gestaltungsempfehlungen. Juli 2001.

Der Verfasser versteht die Betriebswirtschaftslehre als praktisch-normative Wissenschaft. Somit müssen die Ergebnisse betriebswirtschaftlicher Forschung letztlich zur Bewältigung praktischer Probleme dienen. Das Hauptziel der Arbeit besteht darin, der Praxis verschiedene Instrumente des Personalmarketings im Internet vorzustellen, die erfolgreiche Integration des neuen Mediums in ein bestehendes Personalmarketingkonzept aufzuzeigen, sowie Kriterien und Gestaltungsempfehlungen für einen erfolgreichen Arbeitsmarktauftritt im Internet zu vermitteln.