
Literatur

- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20–39.
- Bartscher, T., Stöckl, J., & Träger, T. (2012). *Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis*. München: Pearson.
- DGFP e. V. (Hrsg.). (2006). *Erfolgsorientiertes Personalmarketing in der Praxis. Konzept – Instrumente – Praxisbeispiele*. Düsseldorf: Bertelsmann.
- Freter, H. (1995). Marktsegmentierung. In B. Tietz, R. Köhler, & J. Zentes (Hrsg.), *Handwörterbuch des Marketing* (2. Aufl., S. 1802–1814). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Himmelreich, F.-H. (1989). Arbeitsmarktanalyse. In H. Strutz (Hrsg.), *Handbuch Personalmarketing* (S. 25–37). Wiesbaden: Gabler.
- Homburg, C., & Krohmer, H. (2006). *Marketing-Management* (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.
- Homburg, C., & Krohmer, H. (2009). *Marketingmanagement. Strategie – Umsetzung – Unternehmensführung* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Jung, H. (2006). *Personalwirtschaft* (7. Aufl.). München: Oldenbourg.
- Lippold, D. (2010). Die Personalmarketing-Gleichung für Unternehmensberatungen. In Niedereichholz et al. (Hrsg.), *Handbuch der Unternehmensberatung*. Berlin: ESV.
- Lippold, D. (2014). *Die Personalmarketing-Gleichung. Einführung in das wert- und prozessorientierte Personalmanagement* (2. Aufl.). München: De Gruyter Oldenbourg.
- Lippold, D. (2015). *Die Marketing-Gleichung. Einführung in das prozess- und wertorientierte Marketingmanagement* (2. Aufl.). Berlin: De Gruyter.
- Lippold, D. (2016). *Die Unternehmensberatung. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Rationalisierungskuratorium der Deutschen Wirtschaft e. V. (1990). *RKW-Handbuch Personalplanung* (2. Aufl.). Neuwied: Rausser Towers Perrin.
- Ringlstetter, M., & Kaiser, S. (2008). *Humanressourcen-Management*. München: Oldenbourg.
- Schamberger, I. (2006). *Differenziertes Hochschulmarketing für High Potentials, Schriftenreihe des Instituts für Unternehmensplanung (IUP)* (Bd. 43). Norderstedt: Books on Demand.

- Simon, H., Wiltinger, K., Sebastian, K.-H., & Tacke, G. (1995). *Effektives Personalmarketing. Strategien, Instrumente, Fallstudien*. Wiesbaden: Gabler.
- Stock-Homburg, R. (2013). *Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente* (3. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.
- Trommsdorff, V. (1987). Image als Einstellung zum Angebot. In Hoyos et al. (Hrsg.), *Wirtschaftspsychologie in Grundbegriffen* (2. Aufl., S. 117–128). München: Beltz.
- Weuster, A. (2004). *Personalauswahl. Anforderungsprofil, Bewerbersuche, Vorauswahl und Vorstellungsgespräch*. Wiesbaden: Gabler.