

İnsan Kaynakları Tedarikinde Sosyal Medyanın Rolü

Emel ERHAN

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Istanbul Commerce University, Institution of Social Sciences
emelerhan8@gmail.com

Öz

Gelişen teknoloji ile birlikte rekabetin arttığı koşullarda, insana dayalı yönetim tarzı daha çok önem göstermektedir. Çalışanların her türlü ihtiyaçlarını, beklentilerini dikkate alan ve bu ihtiyaçlara doğru sistemlerle yanıt veren, bunları adil bir şekilde yöneten kurumlar bu rekabet koşulları dikkate alındığında daha yüksek itibar göreceklere bilinmektedir.

Günümüze baktığımızda teknoloji kullanıcıları tarafından vazgeçilmez olan sosyal medya, geniş bir kitleye hitap ederek ve her kültürden bireyin işbirliği sağladığı bir ortam haline gelmiştir. Bunun yanında sosyal medya kullanımına tepki gösteren kesimler de yok sayılamaz. Sosyal medya bireylerin tamamen ya da kısmen bilgilerine ulaşma imkanı sağladığı için ve bireylerin ilgisini çeken şeylerin öğrenilmesine kaynak sağladığı için iş dünyası da sosyal medyadan faydalanarak işlerinde birçok kolaylık sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Sanal Medya, İnsan Kaynakları Yönetimi

GİRİŞ

İnsan kaynakları yönetimi tarihi sürecine baktığımızda, ilk çağlardan itibaren varlığını sürdürdüğünü görmekteyiz. Sanayi Devriminden sonra ekonomide ve yönetimdeki gelişmeler nedeniyle yeniliklere ihtiyaç

duyulmuştur. Bu yenilikler personel yönetiminin de ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu yönden bakıldığında da insan kaynakları yönetiminin tarihsel gelişimi, sanayide ve ekonomideki süreçte iş ve insan yönetimi arasındaki ilişkileri ve çalışma koşullarındaki değişiklikler açısından da tarihi gelişme sürecidir. Yüzyıllar öncesine baktığımızda insan kaynakları çalışmalarını personel yönetimi adıyla dikkate alınmaktadır.

Gelişen teknoloji ile birlikte rekabetin arttığı koşullarda, insana dayalı yönetim tarzı daha çok önem göstermektedir. Çalışanların her türlü ihtiyaçlarını, beklentilerini dikkate alan ve bu ihtiyaçlara doğru sistemlerle yanıt veren, bunları adil bir şekilde yöneten kurumlar bu rekabet koşulları dikkate alındığında daha yüksek itibar göreceklere bilinmektedir. Bu durumda çalışanların motivasyonunu, işetmeye geri bildirimini açısından değerlendirmek gerekirse, kuruma sadık, donanımlı ve kendini geliştirmeye yönelik olumlu çalışanlar vasıtasıyla ortaya çıkacak hizmet ve ürünler her zaman daha kaliteli olacaktır (Özdemirel, 2007, s. 19).

Sosyal Medya, insanların daha geniş kitlelere ulaşabilmesine, iletişimin daha hızlı olmasına ve kurumlar açısından istihdam sağlamak, çalışanların sesi olmak gibi bir çok nedene imkan sağlamıştır. Hem kurumlar hem kullanıcılar sosyal medya da oluşturdukları bilgiler ile birçok bilgiye erişim olanağı sağlamış ve daha geniş kapsamlı bilgi edinilmesine olanak sağlamıştır. Kurumlar sosyal medya aracılığıyla daha verimli profesyonel çalışanlara ulaşmayı hedeflerken, geleneksel medyadan daha aktif sosyal medyayı kullanmaya başlamışlardır. Aynı şekilde çalışanlar da sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanıp kariyer hedeflerine ulaşmayı isterken geleneksel medyadan daha fazla sosyal medyaya yönelmeye başlamışlardır. Avantajların olduğu kadar dezavantajların da olduğu sosyal medyayı detaylarıyla aşağıda göreceğiz.

1. İnsan Kaynakları Yönetimi

İnsan, işletmeler için sadece güç kaynağı değil işletmelerin en önemli zenginliğidir. Gelecek olarak düşünüldüğünde insan, çok önemli eserlere ve buluşlara imza atacaktır. Bu sebepten işyerlerinin insan değeri başka bir değerle doldurulamayacaktır. (Sabuncuoğlu, 2012, s. 2).

İnsan Kaynakları Yönetimi Tanımı ve Kavramı

İnsan bir işletme örgütü için “personel” kavramından çok daha fazlasıdır. Gelişen teknoloji ve rekabet gücünün artması nedeniyle artık işletmelerin daha farklı arayışlara yönelmişlerdir. Klasik personel yönetimi anlayışında daha çok kanuni gereksinimler, insanı güçten ibaret olarak gören dar bir anlayış ön plandayken, çalışanların gereksinimleri, ihtiyaçları, uzmanlaşması, fikirleri gibi geniş konular bu anlayışta yer almamıştır. Bu sebepten dolayı insan kaynakları yönetimine yönelik insanı ön planda tutan değişimler yaşanmıştır. Değişen bu anlayışla birlikte insana daha fazla değer veren bir kültür oluşmuştur. Personel seçimi, performans, ücret yönetimi, istihdam, eğitim vb. spesifik konular insan kaynakları yönetimi temelini oluşturmuştur.

İnsan kaynakları yönetimi, işletmede istihdam sağlayan tüm çalışanların verimli çalışma koşullarının oluşturulmasını sağlamak, yapabileceği işleri tespit ederek doğru insana doğru işi vermek üretim/hizmet girdi ve çıktılarında işletmelere başarı sağlayacaktır. Yönetim anlayışında insana verilen önem çoğaldıkça, çalışan bunu hissedecek ve ortaya çıkacak işlerin kalitesini de artırmaktadır. Böylesi bir insan kaynakları anlayışının oluşturabilmesi için insana saygıyı ilke edinmiş bir anlayış oluşmalıdır. (Kızıloğlu, 2012, s. 6).

İnsan Kaynakları Yönetimi Planlaması

İnsan kaynakları yönetimi planlaması, ileriye dönük düşünüldüğünde işveren açısından önem göstermektedir. Personel yönetiminde, maliyet düşünülerek ve anlık bir katkısı olmadığı için çok önem

arz etmemektedir. Bayraktaroğlu'na, (2008) göre, planlama, bir organizasyonun amaç ve beklentilerine ulaşmasını kolaylaştıracak kararların alınması sürecidir. Aynı zamanda bu amaçlara varılabilmesi konusunda atılacak adımları da içerir(s. 34). Buna göre, kısa sürede bir beklenti içine girmeden ve maliyeti çok gözetmeden ileriye dönük planlamaları düşünerek adımlar atılmalıdır.

İnsan Kaynakları Yönetimi Planlaması

İnsan kaynakları planlaması yapılırken bazı öğelere dikkat etmek gerekmektedir. Planlamayı etkileyen bu öğeler, kurum içi ve kurum dışındaki etkenler olarak dikkate alınması gerekmektedir. Kurumlar rekabet koşullarında dış rekabet haricinde kurum içi rekabette başarılı olabilmek içinde planlama yapmaları gerekmektedir. Kurum içindeki öğeler için ilk sırada bütçeyi ve kurum hangi alanda faaliyet gösteriyorsa bu konular baş göstermektedir. Kurumdan bağımsız kurumu etkileyen ve harici olarak gelişen değişkenleri kurum dışı etkenler olarak farz edebiliriz. Bu değişkenler ise; ekonomideki değişim, teknolojik gelişim, rekabet koşulları gibi söylenebilir. Personel planlaması yapılırken kurumun ihtiyacı olan çalışanların sayısal olarak belirlenmesi ve bunun bir arz talep haline dönüştürülmesi gerekmektedir (Benli, 2014).

Sabuncuoğlu (2012), insan kaynakları yönetimi planlaması ile ilgili görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir;

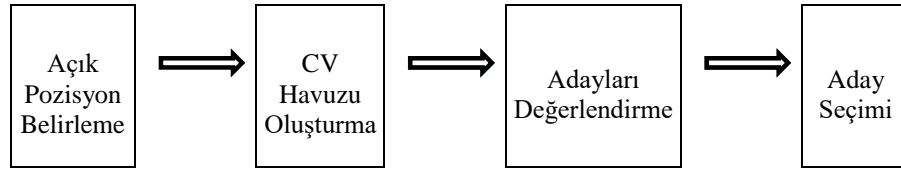
İKP, dinamik ve devamlı bir süreçtir. Kişiler, işler, zaman ve para sürecin temel bileşenlerini oluşturmaktadır. İKP, temel olarak organizasyondaki stratejik yönetim kararlarından ve çevresel belirsizlik koşullarından etkilenmektedir (s. 32).

İnsan Kaynakları Planlaması yapılması aşamasında, öncelikle hangi alanda işgücüne ihtiyaç var ve ne özelliklerde istihdam sağlanabilir bu konuların belirlenmesi gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki gibi daha kalifiyeli iş görenler tarafından istihdam sağlanmaya çalışılırken, yeni mezun ve henüz iş yönünden kendini geliştirmemiş iş görenlerin istihdam ihtiyacına

göre değerlendirilip, doğru yerleştirmeler için planlama yapılmalıdır. İstihdam yeni iş görenler açısından düşünülmektedir. Aynı zamanda mevcut iş görenler arasından da mevcut ihtiyaç için destek verilerek istihdam sağlanabilir. Bu şekilde uzun vade de olumlu geri dönüşümler olacaktır. İşverenler bu istihdam ve planlama sayesinde son değerlendirmelerinde sonuçları ortaya koyabileceklerdir.

İşe Alma ve Seçme

Her kurumun belirli zaman ve durumlara göre istihdam ihtiyacı oluşmaktadır. İnsan kaynakları planlaması yapıldığında, kurumun istihdam sağlanacak pozisyon için gerekli niteliklere uygun iş gören temini sağlanabilmektedir. Her kurum kendi şartlarına göre belirlemiş olduğu işe alım politikaları ile açık olan ya da ihtiyaç olan pozisyonlar için personel seçimlerini gerçekleştirmektedir. Personel seçimi iç ve dış kaynaklar ile açık pozisyonlara başvuran adayların değerlendirilerek, insan kaynaklarının doğru iş doğru zaman ve doğru yer ilkesini benimseyerek istihdamı sağlaması ile gerçekleştirilmektedir. Kurumlara göre yöntemler değişse de işe alım için süreç aşağıda belirttiğim tablodaki gibi ilerlemektedir.



Açık pozisyon belirleme, yani araştırma aşaması 'doğru insan kaynağının bulunmasını ve işletmeye çekilmesini' içerir. Görev ve pozisyonlarda ihtiyaç duyulduğunda, yeni bir görev ve pozisyon olduğu zamanlarda, bu açık pozisyonları doldurmak için başlatılmış ilk girişimlerdir (Yalçın & Özdemir Erel, 2014).

Aday belirleme ve cv havuzu oluşturma, işletme açısından düşündüğümüzde çalışma isteği olan adaylar ile ilgili bilgi arşivi tutulması ve gerektiği zaman bu arşivin hazır tutulmasını içerir. Bu şekilde cv havuzu oluşturulur ve her ihtiyaçta bu havuz değerlendirilir. Aday bulma aşamasında asıl olarak insan kaynağı ihtiyacının belirlenmesi ve

değerlendirilmesiyle açık görev ve pozisyonlara uygun aday kitlesinin oluşturulması amaçlanmıştır (Erdem, 2012).

Daha sonraki süreçte her hangi bir pozisyon açığına dayalı ya da yeni görev açığının oluşması durumunda, hazırlık çalışmaları yapılması gerekmektedir. Açılan pozisyon için çalışma ortamı, işin gereklilikleri ortaya konur. Daha sonra bu pozisyonlar için iç kaynak ya da dış kaynaktan mı yararlanılacak belirlemek gerekmektedir.

İç kaynaktan yararlanılacak ise, iç kaynaklardan yatay düzeyde yararlanma durumu oluşabilir. İç kaynaklardan aday bulma, işletme yönünden bakıldığında en masrafsız ve zor olamayan aday bulma imkanı sağlar. Ayrıca aynı işletmede bir değişiklik durumu olduğundan dolayı işletme içinde uyum sorunu yaşanmayacaktır. Bunun yanında adayın eski işinden değişiklik yaptığı için, bıraktığı alanda da aday bulma sorunu oluşacaktır. (Sabuncuoğlu, 2012, s. 84).

Bir diğer yöntem ise dış kaynaklara başvurmaktır. Genel olarak işletmelerde ilk olarak iç kaynaklardan aday temin edilmesi tercih edilmektedir. Fakat bu şekilde aday sağlanamıyorsa dış kaynaklardan faydalanıla bilinir. Daha önceden aday havuzu oluşturulmuşsa bu şekilde adaylar değerlendirilebilir. Eğer yeterli olmaz ise, dış kaynaklardan adaylar bulmak zor olmayacaktır. İş yerinin her hangi bir aday araştırma sitelerinde üyeliği bulunuyorsa bu sitelerdeki başvurulardan, iş kurdan, eğitim kurumlarından, ya da adayların başvurularından, referans yoluyla vb. dış kaynaklar ile aday temini sağlanabilmektedir.

Eğitim ve Geliştirme

Eğitim ve geliştirme, kurumların çalışanlarını geliştirmek ve çalışanların yetkinliklerini arttırmak sebebiyle yapmış olduğu eğitim faaliyetlerini kapsayan bir İnsan Kaynakları fonksiyonudur. Başka deyişle İnsan Kaynakları eğitimi, kurumlarda çalışanların işle ilgili yetkinlikleri daha basit bir şekilde öğrenmesi amacıyla gerçekleştirdikleri düzenli emeklerini ifade etmektedir. (Yazar Dural, 2011)

Eğitim ihtiyaçları belirlendikten sonra, İnsan Kaynakları Departmanı Eğitim çalışması yapmalıdır. Eğitimin planlaması ve kontrol edilmesi, denetlenmesi İnsan Kaynakları Departmanının sorumluluğundadır.

Geliştirme ise eğitime göre daha çok çalışanın yeteneklerini ve potansiyelini; veya kendisini yöneterek öğrenmeyi sağlaması ile ilgili bir konudur. Çalışanı geliştirme; çoğu kurum için örgüt kültürünün temel bileşenlerinden olup kurum misyonunun çok önemli bir parçasıdır. Kurumun başarısı için önemlidir (Çetin, 2013, s. 79).

Kariyer Planlama

Kariyer, bir bireyin sadece sahip olduğu işler değil, işyerinde yapması istenilen iş rolüne bağlı beklenti, iste, duygu ve isteklerini sağlayabilmesi için eğitilmesi ve bu şekilde mevcut bilgi, beceri, yetenek ve çalışma isteğiyle o işletmede daha da yükselebilmesi anlamını taşır (Bayraktaroğlu, 2008, s. 137). Kariyer planlama ise, çalışan açısından düşünüldüğünde kişinin kendisini iş yönünden daha da geliştirmesi anlamını taşırken, kurum açısından bakıldığında, kişinin çalıştığı iş yerinde mesleki gelişimini ve atama planlamasını yapabilesidir. Genel olarak bakıldığında iki açıdan da kişinin kendisi için hem de kurum için gelişime açık her iki taraf için de yükselmeye yönelik kazanç sağlanmaktadır.

Performans Değerlendirme

Performans Değerlendirme, bir kurumda çalışanın görevi ne olursa olsun çalışmalarını, görevlerini, yetersiz olduğu yönlerini, fazlalıklarını bir bütün olarak tüm yönleri ile değerlendirilmesidir (Bayraktaroğlu, 2008, s. 103). Performans değerlendirme ile kurumun amaçlarına ulaşmak için nerede olduğu, amaçlanan şekilde devam ediliyor mu, çalışanlar ne ölçüde yeterli, daha efektif çalışılabilir mi gibi sorulara cevap aranırken eksik ya da fazla yapılan bir şeyler olup olmadığı da belirlenmiş olur (Kuzutürk, 2016).

Yukarıdaki tanımlara bakıldığında Performans Değerlendirme çalışanın daha çok yeterli ve yetersiz yönlerinin ortaya çıkarılmasını sağlandığı görülse de, Performans Değerlendirme ile aslında kurum için çalışanlar arasındaki ilişkinin güçlenmesi, eksik ve fazla yönlerin geliştirilmesi ve bütünü de kurumun başarılı olmasını amaçlayan bir sistemdir. Her kurum, İnsan Kaynakları biriminden yılda bir ya da iki kez performans değerlendirmesi yapmasını talep etmektedir.

Ücret Yönetimi

Ücret yönetimi, hem kurum açısından hem de çalışan açısından büyük önem taşımaktadır. Çalışanın, hayatını sürdürebilmesi, belirli bir saygınlık kazanabilmesi, işinden tatmin olabilmesi ve işine bağlılığı sağlayabilmek adına ücret sisteminin doğru ve etkili bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. İşveren açısından ise, çalışanın iyi bir performans gösterebilmesi, işe bağlılığını sağlamak ve günümüz rekabet koşullarında başarıyı elde edebilmek için becerili, yetkin çalışanların istihdamını sağlamak ve mevcut çalışanlarını elde tutabilmek adına önemlidir.

İş Sağlığı ve Güvenliği

İş sağlığı ve güvenliği; iş hayatında iş kazası ve meslek hastalıklarının yaşanmasını engellemeyi, çalışanların sağlık ve güvenliklerini sağlayarak, işe uyumlarını ve daha da verimli olmalarını amaçlamaktadır. Davranış bilimlerinden, mühendislik ve tıp bilimlerine, en güncel teknolojiden

ergonomiye kadar sürekli gelişen çok disiplinli bir alanı oluşturmaktadır. Asıl olarak çalışanların iş kazası ve meslek hastalıklarından korunmasını, ürün ve işyeri güvenliği ile satış kayıplarının olmamasını hedeflemektedir (Demir, 2016).

Sosyal Medya

Sosyal Medyanın Tanımı

Sosyal Medya, kullanıcıların kendileri ile ilgili bilgileriyle tamamen ya da kısmen bir profil oluşturarak, görüştükları insanlar listesi belirledikleri, yayınladıkları, paylaştıkları ve diğerkullanıcıların profil ve durumlarını izleyebildikleri sanal ortamlardır (Ellison & Boyd, 2004, s. 211).

İnsanları bir araya getirerek birbirleriyle iletişim kurma paylaşma olanağı sunarak, birden çok kullanıcıların sanal ortamda iş birliğı yapmasına olanak sağlamaktadır.

Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkı

Sosyal medya ile geleneksel medya arasındaki en belirgin fark bilgiye ulaşabilme hızı ve özgürlük alanının geleneksel medyaya göre sosyal medya da daha geniş olmasıdır. Geleneksel medya, kendine özgü olan ve bireylerin karşılıklı etkileşim halinde olamadığı, zamanının sınırlı olduğu ve belirli şart ve kurallar çerçevesinde yayınlanma olanağı bulan sınırlı bir iletişim olanağıdır. Bunların yanında olumlu yönlerine baktığımızda geleneksel medya, kitlesele mesajların iletilmesi açısından daha kontrollü ve daha uygundur. Sosyal medya da istediğimiz zaman, istediğimiz anda ve sınırsız bilgiye ulaşabilme olanağı sağlayabilmekteyiz. Karşılıklı etkileşim ve kolay, hızlı geri dönüşüm alabilmekteyiz.

Sosyal Medya Araçları İle İşe Alım

Sosyal medyaya olan ilgi ve talep gün geçtikçe artmıştır. Bu şekilde sosyal medyanın devamını sağlayabilmek adına yeniliklere ihtiyaç duyulmuştur. Aşağıda başlıca sosyal medya türleri detayları ele alınmıştır.

Bloglar

Web günlüğü anlamına gelen “Weblog” kelimesinden “we” kısmının zamanla kullanılmamasıyla “blog” adıyla kullanılmaya başlanmıştır. Bloglar, hazırlanması kolay ve web hakkında yüksek düzeyde teknik bilgiye ihtiyaç duyulmadan da oluşturulabilen, grafikler, semboller, şekiller ve metin yazılarıyla desteklenebilen, yazarların yazdıkları ile ilgili yorum ve fikir alabildikleri, bütün yazıların ve mesajların kaydedildiğı, farklı bloglara etkileşimin sağlanabildiğı çevrimiçi bilgilerin olduğu sayfalardır (Erdem, 2012, s. 27).

LinkedIn

LinkedIn daha çok profesyonel adayların, çalışanların ve kurumların yer aldığı bir sosyal medya aracıdır. 2003 yılında kurulmuş olan bu sosyal medya aracı, özgeçmişleri yayınlama olanağı sağladığı için iş aramak, çalışanlar eğer yeni bir iş arayışında ise iş arama olanağı sağlamak ya da grup oluşturmak, çalıştıkları firmaları takip etmek, istek ve taleplerini sunmak gibi olanaklara sahiptir. Kurumlar ise, iş adaylarını değerlendirmek, reklam yapabilmek ve iş alanları vb konularda duyurularını sunabilmek için bu sosyal medya aracını kullanmaktadır.

Twitter

Kullanıcıların en fazla 120 karakter kullanarak anlık paylaşımlar yapabildikleri farklı kullanıcıların da paylaşımlarının okunabildiği sosyal medya aracıdır. Twitter paylaşılan iş ilanlarına ulaşarak ve işi hakkında uzman kişileri takip ederek, bilgi edinme ve paylaşma olanağı sağlamaktadır. Kurumsal sohbetlere katılarak soruları yanıtlamalarına, bilgi paylaşımlarına, yeni bir konuda sohbet oluşturmalarına, dünya veya şehir bazlı anahtar kelime aramalarına olanak sağlamaktadır (Vardarlier, 2014, s. 67).

Facebook

2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulmuştur. Her bir bireyin özel bilgi ve ilgi alanlarını oluşturduğu, kurumların da aynı şekilde firmalarına ait bilgilerini paylaştıkları bir profil oluşturularak devam edilen bir sosyal medya aracıdır. Kurumlar aday arayışlarını kendi profillerin de yayınlayarak ya da reklam video, resim ve bilgi paylaşımında bulunarak adaylara olanak sağlayabilmektedir. Aynı zamanda adayların profillerini inceleyerek ön değerlendirme olanağı da bulabilmektedir.

İnsan Kaynakları ve Sosyal Medya İlişkisi

Günümüz de bakıldığında artık birçok firmanın ve bireyin sosyal medya kullanıcısı olduğu ve aktif olarak her gün takip ettiği ilgilendiği ve araştırdığı bir platform olduğu görülmektedir. Rekabet koşulları ve bilgi teknolojisinin gelişimine bakıldığında her kurum ve birey sosyal medya kullanıcısı olma durumunda kalmıştır.

İnsan Kaynakları, aday araştırma, bilgi edinme, vb konularda geleneksel medyaya göre daha hızlı daha güncel ve daha aktif kullanıldığı için sosyal medya araçlarını süreçlerinde kullanmaya başlamıştır. Bireyler zamanların çoğunu sosyal medyada geçirmektedirler. Bu sebepten hem adaylar hem de çalışanlar kurumların anlık yaptıkları iş ilanları, çalışırken ise duyuruları, açık ve anlaşılır bilgi paylaşımı sağlamaları nedeniyle iletişimi daha anlık geri bildirimlerle sağlayabilmektedir. İnsan Kaynakları kendilerine ulaşan özgeçmişlere istinaden adaylar hakkında bilgi

edinebildikleri gibi sosyal medyadan da kişi profilleri incelenerek bilgi sahibi olabilmektedir. Bu metod kişi hakkında birebir doğru bir sonuç vermeye bilir. Sosyal Medyanın güvenilirlik açısından dezavantajları da oluşmaktadır. Buna istinaden İnsan Kaynakları referans araştırması da yapabilmektedir.

Sonuç olarak, sosyal medya ve insan kaynakları ilişkisinde gün geçtikçe artan sosyal medya kullanıcıları kendi amaç ve ihtiyaçlarına göre beklentilerini karşılayabilmek adına sosyal medya araçlarını tercih etmektedirler. Her geçen gün yenilenmekte ve değişmekte olan sosyal medyayı artık insan kaynakları da aktif bir şekilde kullanma durumunda olduklarını, bu nedenle sosyal medya araçlarını, personel ve çalışan ihtiyaçlarını hız, maliyet ve kalite avantajı sağlayarak tercih ettikleri görülmektedir. Buna ilaveten İnsan Kaynakları tarafından takip edilen işveren markası yapılanmasının ve markaya yapılan yatırımın geri dönüşünün alınması anlamına gelmektedir. Bu sebeple İnsan Kaynakları birimi çalışanlarının sosyal medyadan aday sağlamaları günden güne artış göstermektedir (Vardarlıer, 2014, s. 90).

KAYNAKÇA

Bayraktaroğlu, S. (2008). İnsan Kaynakları Yönetimi. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Benli, M. (2014, Eylül 24). İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE İŞE ALIM SÜRECİNDE SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ: ÖRNEK BİR ÇALIŞMA. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çetin, C. (2013). İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Demir, S. (2016). İnsan Kaynakları Yönetiminin Bir Fonksiyonu Olarak İş Sağlığı ve Güvenliği. Bursa.

Deneçli, S. (2015). Markaların Sosyal Medya Yönetimi. İstanbul: Kriter Yayınevi.

Ellison, N., & Boyd, D. (2004). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13.

Erdem, M. (2012). Sosyal Medya Araçlarının İşe Alım Süreçlerinde Uygulamaları. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kara, T., & Özgen, E. (2012). Sosyal Medya Akademi. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Kızıloğlu, S. (2012). İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kuzutürk, B. (2016). İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Örgütsel Performansa Etkisi. İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının

Örgütsel Performansa Etkisi. Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özdemir, S. (2014). SOSYAL MEDYANIN ÖRGÜT İÇİ İLETİŞİMDEKİ ROLÜ. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özdemirel, G. (2007). İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Mediacat Kitapları.

Özgen, H., & Yalçın, A. (2011). İnsan Kaynakları Yönetimi Stratejik Bir Yaklaşım. Adana: Nobel Kitabevi.

Sabuncuoğlu, Z. (2012). İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Uyargil, C., Adal, Z., Durak Ataay, İ., & Acar, A. C. (2008). İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Vardarlier, P. (2014, Temmuz 04). İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ. SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ. İstanbul.

Yalçın, M., & Özdemir Erel, G. (2014). İletişimci Gözüyle İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.

Yazar Dural, E. (2011, Haziran). İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE İŞE ALMA YÖNTEMLERİ: JAPONYA'DA İŞE ALMA YÖNTEMLERİ İLE TÜRKİYE'DE İŞE ALMA YÖNTEMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.