

INDICE

	<i>pag.</i>
Prefazione di Paolo Iacchi	XIII
Introduzione	XV
 Capitolo 1 La ricerca delle risorse umane nel contesto socio-economico contemporaneo 	
1.1. Introduzione	1
1.2. La questione demografica	2
1.2.1. La crescita demografica	2
1.2.2. L'invecchiamento della forza lavoro	3
1.2.3. Generazioni e lavoro	4
1.2.4. Conclusioni	5
1.3. La mobilità del lavoro	6
1.3.1. La mobilità da lavoro a lavoro	7
1.3.2. La mobilità professionale	8
1.3.3. La mobilità occupazionale	9
1.3.4. Conclusioni	9
1.4. La mobilità geografica	10
1.4.1. L'urbanizzazione	10
1.4.2. Il fenomeno migratorio	11
1.5. L'internazionalizzazione delle imprese tra reclutamento interno ed esterno	14
1.5.1. Il reclutamento interno	15
1.5.2. Il reclutamento esterno	15
1.5.3. Conclusioni	16
1.6. Le strategie di promozione sul mercato del lavoro	17
1.6.1. La globalizzazione dell'economia	17
1.6.2. Il divario tra domanda e offerta di lavoro	17

	<i>pag.</i>
1.6.3. Le esigenze di <i>attraction</i> e <i>retention</i> del personale	19
1.6.4. I comportamenti di chi cerca lavoro	20
1.7. Le politiche di ricerca e selezione del personale basate sulle teorie dell'adattamento	21
1.8. Le dinamiche del mercato del lavoro	22
1.8.1. Teorie dei cicli economici e ricerca delle risorse umane	23
1.8.2. Dinamiche del mercato del lavoro e strategie di ricerca	24
1.8.3. Conclusioni	27
1.9. Le politiche del lavoro	27
1.9.1. Le politiche attive	29
1.9.2. Le politiche passive	30
1.9.3. Conclusioni	31
1.10. Le tecnologie per la ricerca	32
1.10.1. L'evoluzione dell'ambiente tecnologico	32
1.10.2. Le tecnologie per la ricerca delle risorse umane	33
1.11. Conclusioni: una ricerca più complessa e competente	38

Capitolo 2

La ricerca delle risorse umane dal punto di vista dell'organizzazione

2.1. Introduzione	41
2.2. La ricerca tra teoria del comportamento organizzativo e gestione del personale	42
2.3. I presupposti della ricerca: la programmazione degli organici aziendali	43
2.4. Organizzare il processo di ricerca	45
2.5. Comunicare la ricerca: l' <i>Employer Branding</i>	51
2.6. Le strutture organizzative per la ricerca delle risorse umane	55
2.7. Le tecnologie di ricerca dal punto di vista delle organizzazioni	58
2.7.1. Tecnologie di front-end	58
2.7.2. Tecnologie di back-end	63
2.8. Dove cercare? La ricerca fra mercato del lavoro interno ed esterno	66
2.9. Tipologie dei canali di ricerca	69
2.9.1. La ricerca sul mercato del lavoro interno	70
2.9.2. La ricerca sul mercato del lavoro esterno: i canali istituzionali	73
2.9.3. La ricerca sul mercato del lavoro esterno: i canali informali	76
2.9.4. La ricerca sul mercato del lavoro esterno: i canali orientati al mercato	79

	<i>pag.</i>
2.10. La valutazione dei canali di ricerca	82
2.11. Le variabili che influenzano le strategie di ricerca delle risorse umane	85
2.11.1. Il settore economico di appartenenza	85
2.11.2. Le tipologie organizzative	87
2.11.3. La dimensione aziendale	88
2.11.4. Il tipo di occupazione	90
2.11.5. Il ciclo di vita dell'impresa	91
2.11.6. Le strategie competitive	93
2.12. Conclusioni: una ricerca più efficiente e selettiva	95

Capitolo 3

La ricerca delle risorse umane dal punto di vista degli intermediari

3.1. Introduzione	99
3.2. Il mercato dell'intermediazione nel mondo	100
3.3. Il ruolo dell'intermediazione nei processi di ricerca delle risorse umane	103
3.4. Gli attori dell'intermediazione: un modello generale	107
3.5. Gli intermediari privati	109
3.5.1. Le agenzie per il lavoro	109
3.5.2. Le istituzioni educative, le associazioni professionali e gli organismi rappresentativi di interessi	112
3.5.3. I servizi di Executive Research	114
3.6. Gli intermediari pubblici	115
3.6.1. Funzioni e assetti organizzativi pubblici dell'intermediazione	115
3.6.2. Le altre istituzioni pubbliche della intermediazione	119
3.7. Gli intermediari in rete	120
3.8. I social media come intermediari	125
3.9. Conclusioni: opportunità e rischi dell'intermediazione	130

Capitolo 4

La ricerca delle risorse umane dal punto di vista delle persone

4.1. Introduzione	135
4.2. L'analisi e la valutazione dei comportamenti di ricerca del lavoro	136
4.3. I canali di ricerca di chi offre lavoro	137

	<i>pag.</i>
4.4. Variabili economiche e comportamenti di ricerca del lavoro	139
4.4.1. Il disagio economico	139
4.4.2. I costi della ricerca	141
4.5. Variabili psicologiche e comportamenti di ricerca del lavoro	143
4.5.1. I fattori di personalità	144
4.5.2. Le capacità cognitive	144
4.5.3. L'autostima	145
4.5.4. La percezione del controllo	146
4.5.5. Il <i>locus of control</i>	146
4.5.6. L'autoefficacia	147
4.5.7. L'autoregolazione	149
4.5.8. La soddisfazione lavorativa	149
4.5.9. Le intenzioni di chi cerca lavoro	150
4.5.10. Il coinvolgimento occupazionale	151
4.5.11. L'adattamento persona-lavoro-organizzazione	152
4.6. Variabili demografiche e comportamenti di ricerca del lavoro	153
4.7. I comportamenti di ricerca di chi è occupato	155
4.8. Internet e comportamenti di ricerca del lavoro	156
4.9. Variabili sociali e comportamenti di ricerca del lavoro	158
4.10. Variabili culturali e comportamenti di ricerca del lavoro	161
4.11. Le variabili che ostacolano la ricerca del lavoro	164
4.12. Che cosa insegna la <i>Jobseeking Behaviour Theory</i> a persone, organizzazioni e intermediari	166
Epilogo	173
Bibliografia	175