

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОЦЕСІ ПІДБОРУ ТА ОЦІНКИ КАНДИДАТІВ НА ВАКАНСІЇ»

Виконав: здобувач IV курсу, групи MNhr-21
Спеціальності 073 Менеджмент

Бабін В.М.

прізвище, ініціали

Керівник: Писарькова В.Р., доктор філософії
(PhD) з економіки

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2025

АНОТАЦІЯ

Бабін В.М. Використання соціальних мереж у процесі підбору та оцінки кандидатів на вакансії.

У кваліфікаційній роботі досліджено механізми інтеграції соціальних мереж у рекрутингову діяльність АТ «СЕНС БАНК». Проаналізовано теоретичні підходи до використання цифрових платформ, оцінено ефективність HR-стратегії банку та запропоновано рекомендації щодо оптимізації процесів підбору персоналу.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку джерел. Ілюстрована 12 таблицями, 5 рисунками. Використано 30 наукових джерел.

Ключові слова: соціальні мережі, рекрутинг, HR-стратегія, цифровий слід, АТ «СЕНС БАНК».

SUMMARY

Babyn V.M. Use of Social Networks in the Process of Candidate Selection and Evaluation.

This qualification paper explores the integration of social networks into the recruitment practices of JSC "SENS BANK". It analyzes theoretical approaches to digital platforms, evaluates the efficiency of the bank's HR strategy, and provides recommendations for optimizing personnel selection.

The paper comprises an introduction, three chapters, conclusions, and a bibliography. Illustrated with 12 tables and 5 figures. 47 scholarly sources were referenced.

Keywords: social networks, recruitment, HR strategy, digital footprint, JSC "SENS BANK".

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РЕКРУТИНГУ	9
1.1 Еволюція методів підбору персоналу в умовах цифрової трансформації.....	9
1.2 Теоретичні підходи до аналізу соціальних мереж як цифрового комунікаційного простору.....	14
1.3 Соціальні мережі у загальній структурі процесів підбору та оцінки кандидатів.....	19
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СУЧАСНИХ РЕКРУТИНГОВИХ ПРАКТИКАХ АТ «СЕНС БАНК».....	25
2.1 Загальна характеристика АТ «СЕНС БАНК» та його HR-стратегії.....	25
2.2 Особливості інтеграції соціальних мереж у рекрутингову політику АТ «СЕНС БАНК» та методи аналізу профілів кандидатів у цифровому середовищі	29
2.3 Оцінка ефективності використання соціальних мереж у підборі персоналу АТ «СЕНС БАНК».....	32
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СИСТЕМІ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ АТ «СЕНС БАНК».....	37
3.1 Гармонізація цифрових та традиційних підходів у рекрутингових процесах АТ «СЕНС БАНК».....	37
3.2 Цифровий скринінг і стратегічні вектори розвитку HR у контексті соціальних платформ АТ «СЕНС БАНК».....	44
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	51
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	53