

# Функции маркетинга персонала

Подготовила: студентка

гр. ЗТД-152

Митрофанова Екатерина

Андреевна

# Маркетинг персонала

- Маркетинг персонала - это вид деятельности, который направлен на выявление потребности в персонале, а также удовлетворение этих потребностей, то есть покрытие потребности организации в персонале.

# Сущность маркетинга персонала

С одной стороны, маркетинг персонала, можно рассматривать как философию организации и стратегию управления человеческими ресурсами компании, а с другой стороны, маркетинг персонала - это одна из функций кадровой службы организации.

Маркетинговая деятельность в сфере управления персоналом включает в себя:

- Анализ внешних и внутренних факторов
- Разработку требований к персоналу
- Выявление потребности в персонале
- Расчет затрат на персонал
- Разработка мероприятий, необходимых для покрытия потребности в персонале.

# Функции маркетинга персонала

- Аналитическая.

Исследование внутреннего и внешнего рынка труда;

- Информационная функция маркетинга персонала.

Состоит в создании информационного базиса, который представляет собой основу планирования в области сегментирования рынка и коммуникаций по целевым группам (сегментам рынка). Она может быть дифференцирована на следующие более частные функции: изучение требований, предъявляемых к должностям и рабочим местам; исследование внешней и внутренней среды организации; исследование рынка труда; изучение имиджа организации как работодателя;

- Коммуникационная.

Цель всех коммуникационных мероприятий в рамках маркетинга персонала — установление и реализация путей покрытия потребности в персонале, а также представление преимуществ организации как работодателя.

# Аналитическая функция маркетинга персонала

Аналитическая функция маркетинга заключается в изучении:

- потребителей;
- рынка отдельно;
- структуры рынка;
- товара, а также в анализе внутренней среды компании.

## Информационная функция маркетинга персонала

Информационная функция маркетинга персонала позволяет выделять области, в которых могут возникнуть проблемы с человеческими ресурсами и вовремя предпринимать профилактические меры.

# Информационная функция маркетинга персонала. Источники маркетинговой информации

Основой системы маркетинговой информации по персоналу являются источники этой информации, а именно:

- учебные программы и планы выпуска специалистов в учебных заведениях;
- учебные программы дополнительного обучения в коммерческих учебных центрах и для курсов переобучения при биржах труда;
- аналитические материалы, публикуемые государственными органами по труду и занятости (такие материалы могут готовиться по заявкам организаций);
- информационные сообщения служб занятости (бирж труда);
- специализированные журналы и специальные издания, посвященные вопросам трудоустройства, а также общим проблемам управления персоналом;
- рекламные материалы других организаций в особенности организаций-конкурентов

# Состав информационной функции маркетинга персонала

Информационная функция маркетинга персонала включает в себя:

- Изучение требований, предъявляемых к должностям и рабочим местам;
- Изучение рынка труда;
- Изучение имиджа организации как работодателя.



# Коммуникационная функция маркетинга персонала

Цель этой функции - установить контакт с субъектами рынка труда таким образом, чтобы полностью удовлетворить потребность в персонале организации. Коммуникация налаживается как с внешним рынком труда, так и с сотрудниками организации.

# Мероприятия осуществления коммуникативной функции маркетинга персонала

Для осуществления коммуникационной функции маркетинга персонала предлагается четыре вида мероприятий:

- сегментирование;
- внутренние связи;
- рекламно-презентационные мероприятия;
- связи с общественностью.

# Заключение

Актуальность темы заключается в том, маркетинг персонала становится одним из важнейших факторов выживания предприятий в условиях рыночных отношений. Порой минимальные вложения и максимальное использование персонала позволяют предприятию выиграть в конкурентной борьбе.