

Понятие и задачи маркетинга персонала

Выполнила студентка гр. СВб-3601-02-00
Шишкина Мария

План

- 1. Понятие «маркетинг персонала»
- 2. Цели маркетинга персонала
- 3. Задачи маркетинга персонала
- 4. Факторы, влияющие на маркетинг персонала
- 5. Недостатки маркетинга персонала
- 6. Плюсы маркетинга персонала

1. Понятие «маркетинг персонала»

- Маркетинг персонала рассматривают в 2 аспектах.
- В обобщенном смысле **персонал-маркетинг** представляет собой философию или стратегию управления кадровыми ресурсами. Персонал выступает внутренним для кадрового состава и внешним для потенциального работника «клиентом» фирмы.



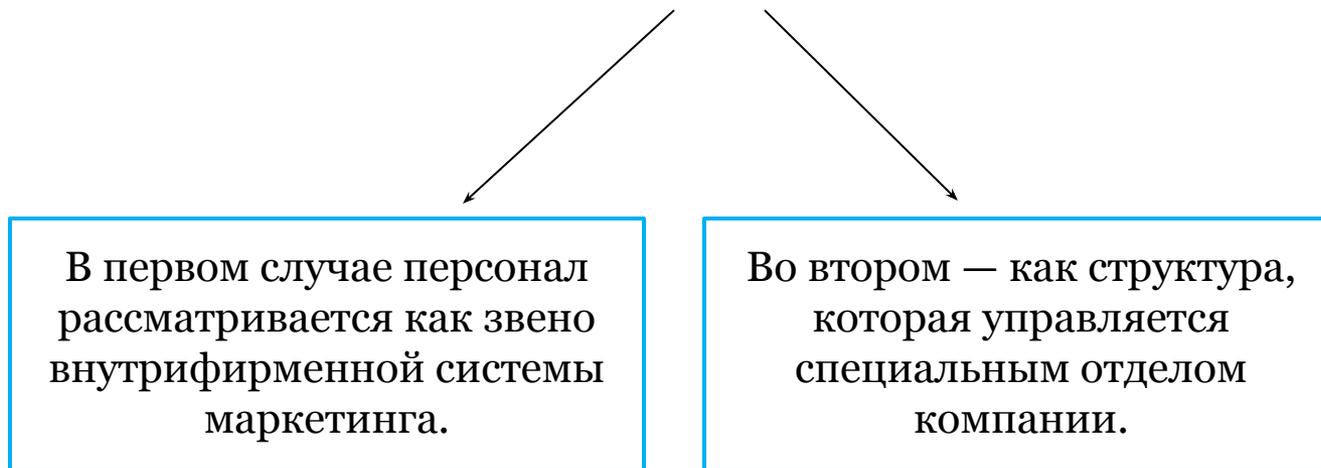
1. Понятие «маркетинг персонала»

- В узком понимании **персонал-маркетинг** — вид административной деятельности, направленный на выявление и покрытие потребности в количественном и качественном кадровом обеспечении.



1. Понятие «маркетинг персонала»

- Отличием аспектов является способ организации процесса.



- Оба понятия приобретают одинаковый смысл в процессе координации фирменных задач и стратегий.

2. Цели маркетинга персонала

- Основная цель мероприятий по маркетингу персонала заключается в установлении контроля на рынке труда. С его помощью производится рекрутинг рабочей силы, тем самым, достигаются цели предприятия.



2. Цели маркетинга персонала

- Покрытие потребности в человеческих ресурсах (деловая).
- Оптимизация и рентабельность всех затрат на персонал (экономическая).
- Оптимальное использование трудовых ресурсов.



2. Цели маркетинга персонала

- Активизация человеческого фактора при работе.
- Воссоздание в сотруднике таких качеств, как лояльность и уважительное отношение к фирме.
- Развитие фирмы и экономический рост.



3. Задачи маркетинга персонала

- Внедрение науки на производственном и управленческом уровне.
- Определение затрат на поиск персонала.
- Создание имиджа организации.
- Анализ рынка труда.
- Определение конкурентов по отрасли.



3. Задачи маркетинга персонала

- Определение предпочтений сотрудников.
- Разработка предложений для персонала.
- Прогноз инвестиций в оборудование и рабочие места.
- Планирование обучающих программ.
- Поиск путей привлечения кадров.



3. Задачи маркетинга персонала

- Подсчет численности штата при тех или иных обстоятельствах.
- Разработка компании по подбору работников.
- Взаимодействие со СМИ, учебными центрами, вузами и колледжами.
- Структурирование должностей и оценка их эффективности.
- Организация массовых мероприятий компании.
- Обучение кадров.



4. Факторы, влияющие на маркетинг персонала



5. Недостатки маркетинга персонала

- Высокие траты на поиск сотрудников (объявления в СМИ, день открытых дверей, привлечение учащихся посредством выездных мероприятий, печать буклетов, периодических изданий).
- Необходимость инвестиций на переквалификацию и дополнительное образование персонала.
- Слепой отбор новых кадров, часто не обладающих нужными качествами.



5. Недостатки маркетинга персонала

- Напряженные отношения внутри коллектива, конкуренция и борьба за выдвижение.
- Необходимы адаптация новых работников к условиям труда и коллективу, ознакомительный инструктаж.



5. Недостатки маркетинга персонала



- Психологический климат коллектива и рабочая среда становится причиной большой текучки кадров.
- Моральное стимулирование работника (выдвижение на должность, публичная похвала) воспринимается коллективным отторжением или завистью.
- Важность постоянного мониторинга рынка труда и показателей деятельности отделов.

6. Плюсы маркетинга персонала

- Возможность выбора кандидата на должность из уже сложившегося коллектива, с профессиональными знаниями и необходимым опытом.
- Меры экономического характера эффективно влияют на производительность и отношения внутри коллектива.
- Благодаря продвижению (не замещению) должностей образуются рабочие места для новичков.



6. Плюсы маркетинга персонала

- Отсутствие трат на поиск персонала по кадровым резервам (архивы, штатное расписание).
- Возможность быстрого замещения должности для опытного сотрудника.
- Коллектив более сплочен при отсутствии демократической кадровой политики.
- Широкий круг претендентов на должность, обладающих опытом и знаниями, полученными на прежней работе.



СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- 1. Как организовать маркетинг персонала // ReklamaPlanet URL: <https://reklamaplanet.ru/marketing/personala> (дата обращения: 20.02.2019).

Спасибо за внимание!

A decorative graphic consisting of a solid teal horizontal bar that spans the width of the slide. Below this bar, on the right side, there are several horizontal lines of varying lengths and colors, including teal and white, creating a layered, modern look.