

Маркетинг персонала: понятие, задачи, функции



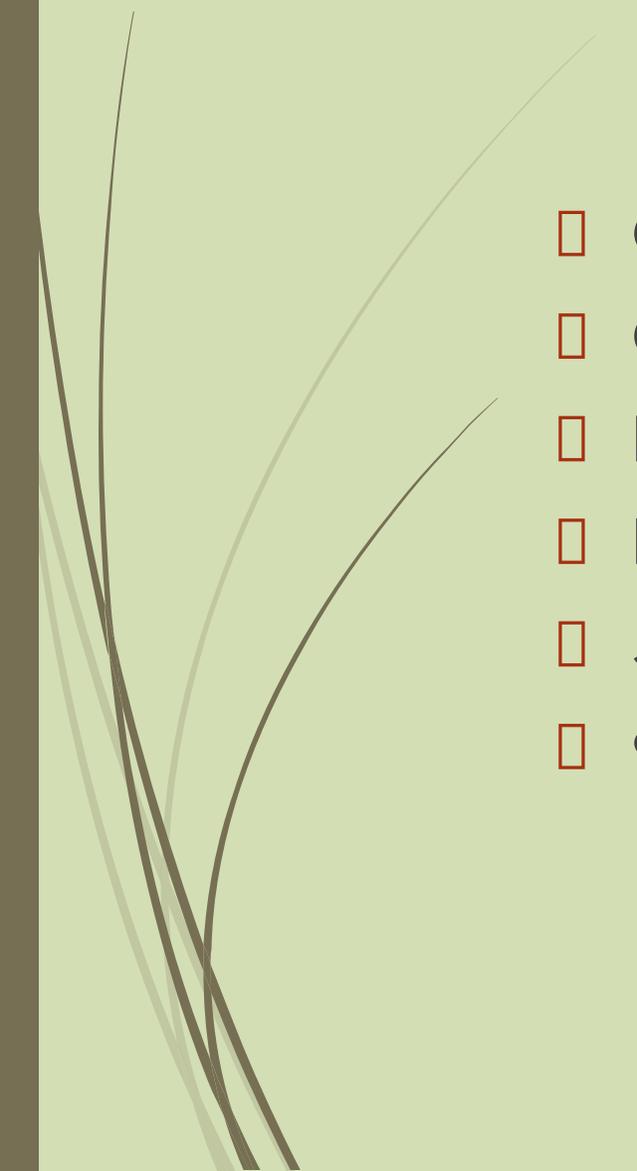
Презентацию подготовила

Ст. гр. Биб-3601-01-00

Касьянова Ольга



Содержание

- Основные понятия
 - Основные направления
 - Цели маркетинга персонала
 - Принципы маркетинга персонала
 - Задачи маркетинга персонала
 - Функции маркетинга персонала
- 

Основные понятия

- **Маркетинг персонала** – это исследование рынка труда с целью определения имеющихся вакансий и их увязки с имеющимися у предприятий потребностями в тех или иных группах работников.



▣ **Маркетинг персонала** – вид управленческой деятельности, направленный на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами, образующими стратегический потенциал, необходимый для решения конкретных целевых задач.



▣ **Маркетинг персонала** – особая технология управленческой деятельности, направленная на определение и покрытие потребности в персонале и предоставляющая возможность его развития.





□ **Концепция маркетинга** - залогом достижения целей организации является определение нужд и потребностей целевых рынков (рынок труда) и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов, способами.

Основные направления



Пассивный маркетинг

занимается выявлением и покрытием потребностей организации в человеческих (трудовых) ресурсах и представляет собой одну из функций службы управления персоналом компании

Активный маркетинг

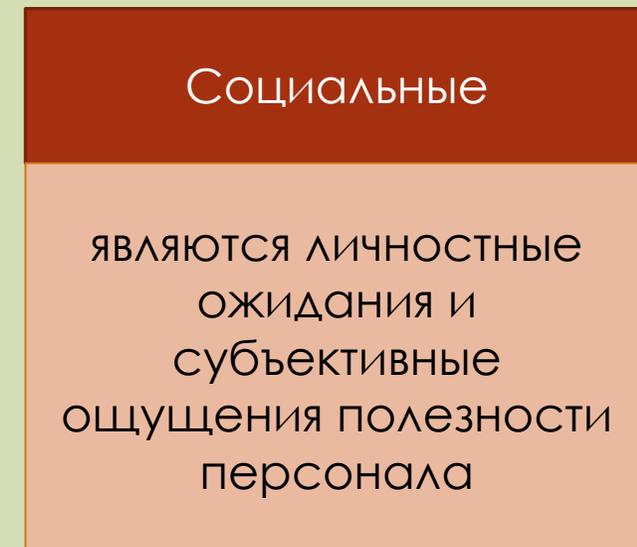
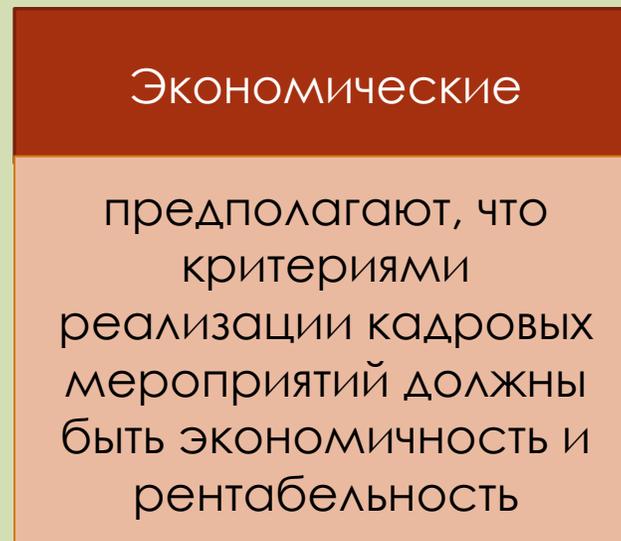
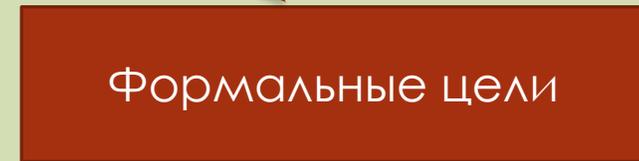
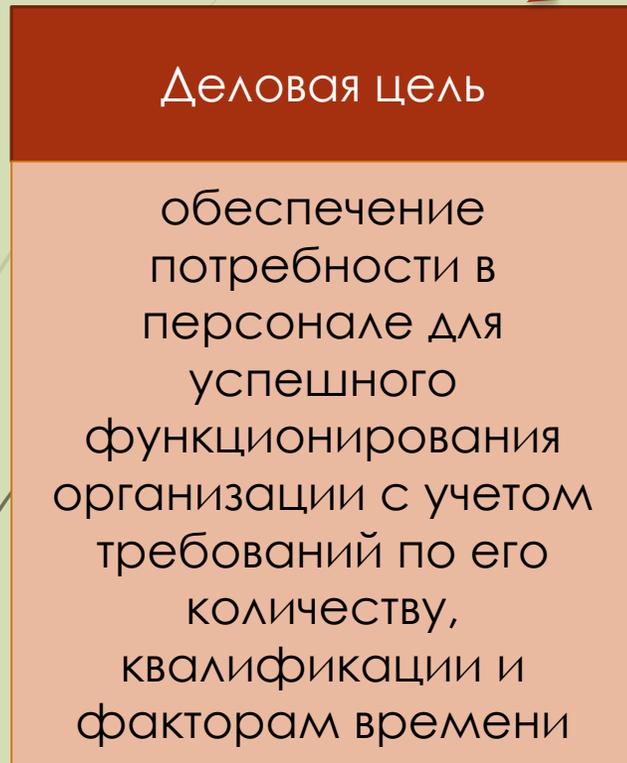
занимается решением более глобальных задач, относящихся к стратегической кадровой политике фирмы

Основная цель маркетинга персонала

оптимальное использование человеческих ресурсов, способствующих повышению производительности труда, развитие сотрудников, их участие в делах фирмы, воспитание у них корпоративного духа и лояльного отношения к фирме.



Цели маркетинга



Основные принципы маркетинга



персонала

- Оперативное реагирование организации на целевые потребительские запросы субъектов внутрифирменного рынка труда
- Научный подход и актуализация теоретического обоснования маркетинговой деятельности в системе управления персоналом



PRIORITIES

- 1.
- 2.
- 3.

- Комплексность в решении стратегических и тактических задач в процессе реализации стратегии управления персоналом
- Определение приоритетных направлений маркетинга персонала исходя из декларируемых целей, специфики организации, стратегии развития бизнеса

- **Основной задачей маркетинга персонала** является внешнее позиционирование организации, благодаря которому происходит грамотная «продажа» бренда организации как работодателя, рекламирование ее рабочих мест потенциальных кандидатов.





Задачи внешнего маркетинга персонала

- Создание рекламы организации как места работы и довести ее до потенциальных работников;
- Организация различных мероприятий для привлечения кандидатов на вакантные места (профессиональные консультации, проведение тематических выставок, размещение плакатов и т.д.);
- Сформулировать конкретные предложения по привлечению новых работников в организацию в зависимости от спроса, целевой группы и сроков покрытия потребности в персонале;
- Провести анализ заявительных документов и отбор новых работников.



Задачи внутреннего маркетинга персонала

- Диапазон задач и ответственности каждого работника на его рабочем месте;
- Возможности обучения и повышения квалификации;
- Профессионального роста и построения карьеры;
- Организационная культура, производственный климат, систему и стиль руководства;
- Системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности.

Функции маркетинга персонала

- Аналитические
- Исследовательские
- Стратегические
- Управленческие
- Организационные



- Предпринимательские
- Информационные
- Коммуникационные
- Профориентационные



- Преобразующие
- Стимулирующие
- Распределительные
- Социальные
- Персональные





Источники информации

1. Маркетинг персонала: учебное пособие/ С.А.Шапиро, Е.К. Самраилова, Н.А. Говорова. – Москва : КНОРУС, 2018. – 228с.
2. Маркетинг персонала: Учебник для бакалавров / О.Ю.Патласов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 384с.
3. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация /А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. — Учебное пособие. — Москва: ИНФРА-М, 2009. — 301с.



Спасибо за внимание!