

# Маркетинг персонала

ВЫПОЛНИЛ:  
СТУДЕНТ ГРУППЫ ПИБ-3301  
ФЕДИН А.А.

# План презентации

- 1) Понятие маркетинга персонала;
- 2) Цель;
- 3) Задачи маркетинга персонала;
- 4) Понятийные элементы;
- 4) Функции маркетинга персонала.

# Понятие маркетинга персонала

- ▶ **МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА** — вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале.
- ▶ - философия и стратегия управления человеческими ресурсами. При этом персонал рассматривается в качестве внешних и внутренних клиентов фирмы.

# Цель

- ▶ Целью маркетинга персонала является определение потребности в квалифицированных специалистах и разработатка системы мероприятий, направленных на удовлетворение данной потребности.

# Задачи маркетинга персонала

- ▶ Анализ ситуации на рынке кадров с целью определения, в каком качестве и количестве человеко-ресурс требуется компании, как в настоящий момент, так и на перспективу.
- ▶ Исследование перспектив развития компании для своевременного предоставления новых должностных мест и формирования системы требований к персоналу.
- ▶ Подбор кадров по надлежащим критериям.

# Элементы маркетинга персонала

Маркетинг персонала также считается частью общего бизнес-управления в сфере контроля над человеко-ресурсами компании и состоит из таких **ПОНЯТИЙНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ**, как:

- ▶ управление маркетингом персонала в организации, нацеленное на систему экономических отношений;

# Элементы маркетинга персонала

- ▶ мероприятия по решению группы вопросов о стратегии и о практической реализации маркетинга персонала. Поиск решений осуществляется посредством применения современных методик анализа рынка и формирования соответствующей информационной базы;
- ▶ мероприятия по увеличению конкурентоспособности. Маркетинг персонала, цели которого сочетают в себе коммуникацию с потребителем и удовлетворение его потребностей предложением компании, способствует формированию конкурентных преимуществ данной организации и поднимает ее деловой имидж.

# Функции маркетинга персонала

- ▶ Информационная
- ▶ 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

# Функции маркетинга персонала

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

# Информационная функция

Данная функция реализуется посредством следующих **источников**:

- ▶ ориентиры на выпускников-специалистов учебных заведений;
- ▶ программы получения дополнительного образования в коммерческих учебных организациях и курсы переобучения при службах занятости;
- ▶ публикации, выложенные в различных источниках государственными ведомствами, контролирующими занятость населения, в том числе подготовленные по заявкам иных субъектов рынка труда;
- ▶ информация, предоставленная биржами труда;
- ▶ специализированные публикации и иные материалы, раскрывающие вопросы занятости и решения проблем, связанных с кадровой политикой организаций;
- ▶ рекламная информация иных субъектов рынка труда, особенно компаний-конкурентов;
- ▶ собеседования, проведенные HR-менеджерами с кандидатами на вакантные должности компании, а также с представителями компаний-партнеров, с собственными сотрудниками предприятия и т. д.

# Информационная функция

Формирование маркетинга персонала с информационной функцией реализуется созданием информационной платформы, в основе которой лежат следующие **ВИДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ**:

- ▶ изучение специальностей и профилей квалификаций;
- ▶ анализ содержания и поведения объектов изучения специальностей, профессиональных группировок и динамики их развития;
- ▶ анализ окружающих внешних факторов;
- ▶ изучение экономических, социальных и культурных внешних факторов, оказывающих влияние на деятельность персонала компании и его деловое поведение;
- ▶ анализ спроса и предложения на рынке занятости;
- ▶ исследование HR-репутации компании;
- ▶ анализ и создание HR-образа компании во внутренней и внешней сферах труда и занятости.

# Коммуникационная функция

Коммуникационное пространство формируют:

персонал компании, который не только ее представляет, но и является ее прообразом;

внешний источник нахождения кадров, являющихся потенциальными сотрудниками компании;

общественное мнение.

# Коммуникативная роль маркетинга персонала реализуется четырьмя видами мероприятий:

- ▶ сегментирование
- ▶ Система внутренних связей
- ▶ PR-мероприятия
- ▶ рекламные или презентационные кампании

# Сегментирование рынка

- ▶ Сегментирование рынка занятости в маркетинге персонала на отдельные направления повышают эффективность управления кадрами. При этом центральной функцией кадровой службы становится формирование целевых сообществ, разделенных по географическому, экономическому, демографическому, психографическому, поведенческому и иным факторам.

# Система внутренних связей

- ▶ Система внутренних связей – это, прежде всего, формирование внутрикорпоративной атмосферы, которая должна быть представлена позитивным восприятием сотрудника своего трудового коллектива, взаимным уважением к коллегам и возможностью саморазвития.

# PR-мероприятия

- ▶ Мероприятия, направленные на поддержание коммуникативной функции маркетинга персонала, подразделяются на:
- ▶ деятельность компании, целью которой является удовлетворение социальных нужд за дверями компании; управленческий персонал должен быть ориентирован на получение позитивной ответной реакции, получаемой им от подчиненных;
- ▶ проведение консультационных мероприятий силами компетентных структур по вопросам личного характера (к примеру, дать ответы на вопросы о налогах может представитель ИФНС за счет компании-работодателя). Беспристрастная оценка деятельности работников и последующее ее применение. Создание сообществ по интересам для свободного времяпровождения;
- ▶ периодическое проведение бесед с персоналом, дающее ему полное понимание целевых корпоративных задач;

# Рекламные или презентационные кампании

- ▶ Рекламные или презентационные кампании имеют ориентир на внешний маркетинг персонала, т. е. на создание и поддержание HR-имиджа компании-работодателя на самых выгодных для нее сегментах рынка.

# Источники информации

- ▶ <http://memosales.ru/management/chelovecheskij-resurs-i-marketing>
- ▶ [https://www.cfin.ru/encycl/personal\\_marketing.shtml](https://www.cfin.ru/encycl/personal_marketing.shtml)
- ▶ <https://creativeconomy.ru/lib/2127>



СПАСИБО ЗА ВНИИМАНИЕ!