

Савченко Е.В.

Планирование маркетинговой деятельности в области управления персоналом

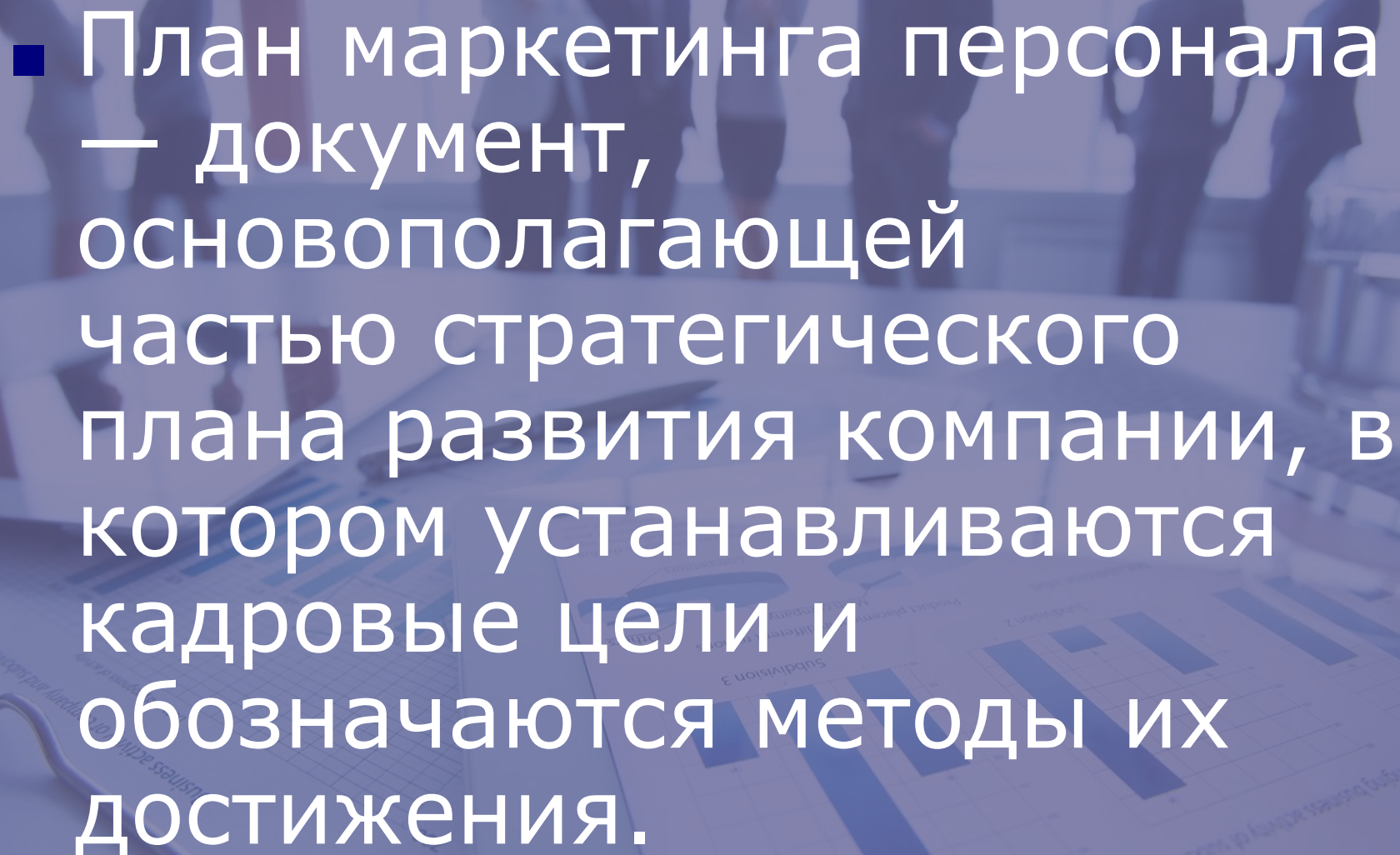
Вопросы:

1. Основные понятия планирования маркетинга персонала. Виды планов
2. Процесс разработки плана маркетинга персонала

Мультимедийная слайд-лекция

1. Основные понятия планирования маркетинга персонала. Виды планов

- Планированием маркетинга - логическая последовательность отдельных видов деятельности и процедур по постановке целей маркетинга, выбору стратегий маркетинга и разработке мероприятий по их достижению за определенный период исходя из предположений о будущих вероятных условиях выполнения плана, т.е. это деятельность по разработке различных видов плана маркетинга.

- 
- The background of the slide features a blurred office scene with several business professionals in a meeting. In the foreground, there are documents with various charts and graphs, including bar charts and line graphs, which are slightly out of focus. The overall color palette is a mix of light blues, greys, and whites, with a dark blue header bar at the top left.
- План маркетинга персонала — документ, основополагающей частью стратегического плана развития компании, в котором устанавливаются кадровые цели и обозначаются методы их достижения.

Цели и задачи кадрового планирования в организац ии



В маркетинговом планировании персонала выделяют несколько видов кадровых планов:

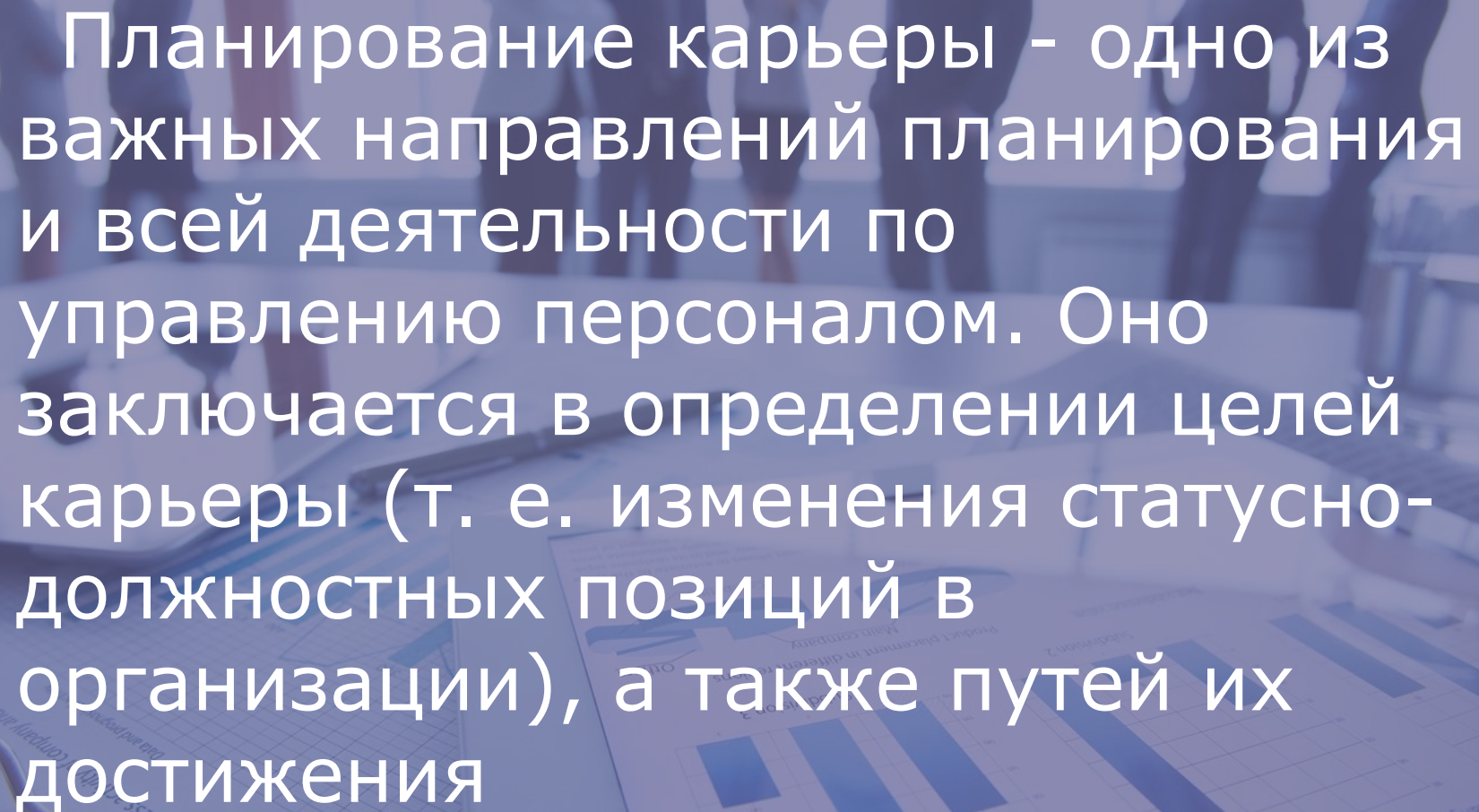
- 1. План обучения и развития персонала.
- 2. План карьерного роста
- 3. Оперативный план работы с персоналом
- 4. HR-брендинг

План обучения и развития персонала включает:

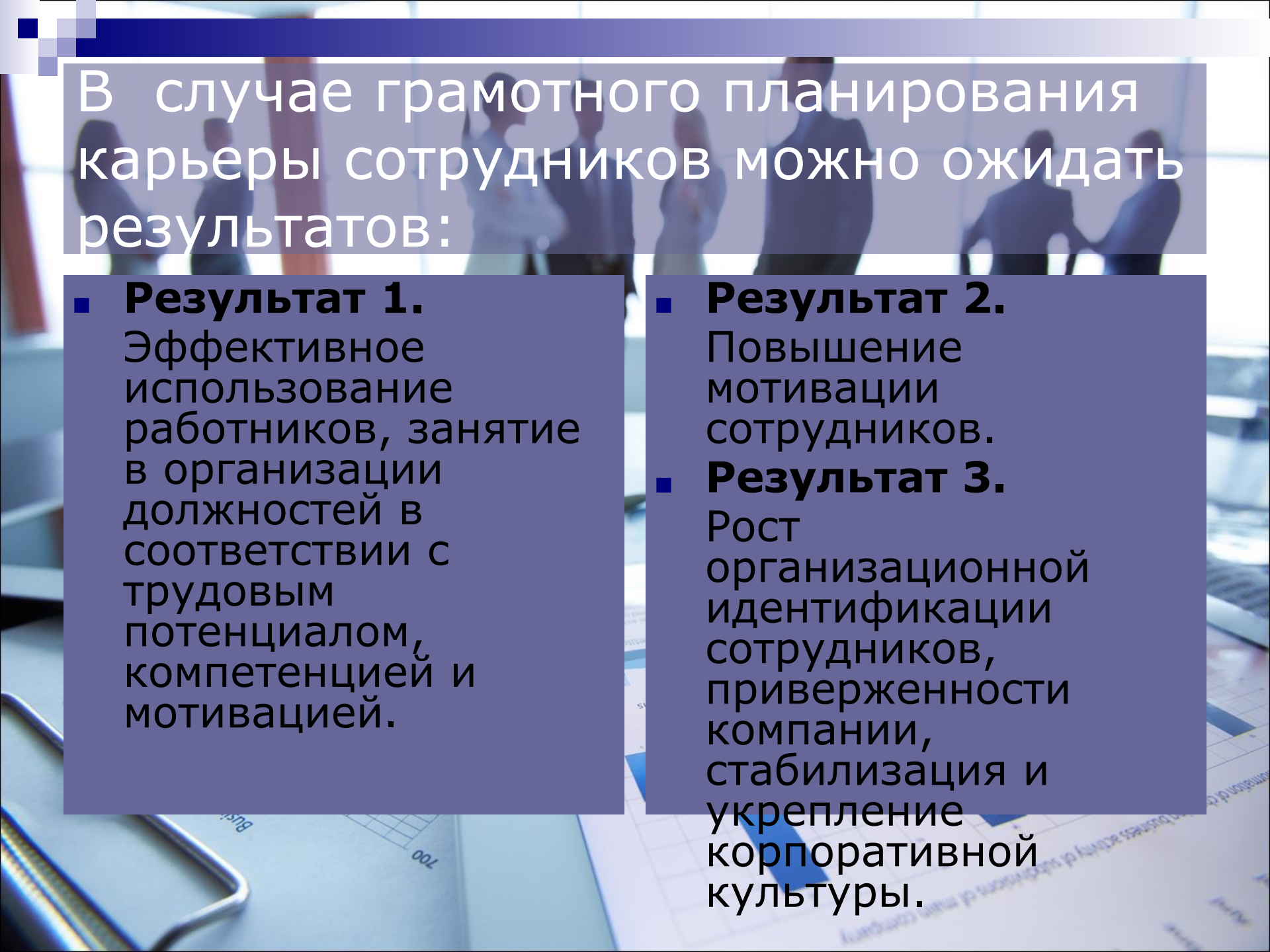
- обучение;
- повышение знаний и навыков работника;
- самообучение;
- обучение в процессе труда;
- мероприятия по обучению;
- повышению квалификации и переобучению кадров.

Главными целями плана обучения и развития персонала являются:

- удовлетворение потребности в качестве, квалификации кадров;
- повышение мотивации персонала (поскольку возможность развития - один из важнейших стимулов трудовой деятельности современного специалиста);
- наращивание человеческого капитала, который можно использовать в будущем;
- повышение удовлетворенности сотрудников пребыванием в организации (социальная эффективность).

The background of the slide features a blurred office scene with several business professionals in a meeting. In the foreground, there are documents with various charts and graphs, including bar charts and line graphs, which are slightly out of focus. The overall color palette is a mix of blues, greys, and whites, creating a professional and corporate atmosphere.

Планирование карьеры - одно из важных направлений планирования и всей деятельности по управлению персоналом. Оно заключается в определении целей карьеры (т. е. изменения статусно-должностных позиций в организации), а также путей их достижения

The background of the slide features a blurred image of several business professionals in a meeting. They are standing around a table, some with their arms crossed, in what appears to be a modern office setting with large windows. The overall color palette is cool, with blues and greys.

В случае грамотного планирования карьеры сотрудников можно ожидать результатов:

- **Результат 1.**


Эффективное использование работников, занятие в организации должностей в соответствии с трудовым потенциалом, компетенцией и мотивацией.

- **Результат 2.**

Повышение мотивации сотрудников.

- **Результат 3.**

Рост организационной идентификации сотрудников, приверженности компании, стабилизация и укрепление корпоративной культуры.

A blurred background image of a modern office interior. In the foreground, there are several documents with charts and graphs. One document shows a bar chart with three subdivisions labeled 'Subdivision 1', 'Subdivision 2', and 'Subdivision 3'. Another document shows a pie chart with segments labeled 'Mail company', 'Others', and 'Competitors'. The text is overlaid on a semi-transparent dark blue rectangle.

Оперативном плане работы с персоналом включает важнейшие цели и мероприятия на период до одного года.

Подготовка оперативном плане работы с персоналом предполагает:

- сбор информации о персонале и проверку ее достоверности;
- определение целей планирования персонала и проверку их соответствия целям организации;
- отбор информации, необходимой для планирования персонала;
- планирование потребности в персонале;
- планирование сохранения, привлечения, адаптации и освобождения персонала;
- планирование использования персонала;
- планирование развития (обучения, повышения квалификации и переподготовки) кадров;
- планирование деловой карьеры;
- планирование расходов на персонал;
- критерии измерения;
- регулярный контроль за выполнением всех планов и их корректировку.

HR-брендинг

Привлекательность предприятия для потенциальных сотрудников прямо зависит от всего комплекса взаимоотношений в компании: стилей руководства, условий и компенсации труда, социальной политики, заботы о человеке, корпоративной сплоченности, а также от взаимоотношений с партнерами, клиентами и представителями общественности.

2. Процесс разработки плана маркетинга персонала

- Проблемы, вызванные отсутствием плана маркетинга персонала:
- Компания развивается спонтанно, от удачи - к неудаче.
- Постоянно конфликтуют возможные схемы, существующие варианты развития.
- Предприятие хаотично привлекает персонал, деверсифицировать кадры в тот момент, когда требуется концентрация на основной кадровой цели.

Цели плана маркетинга персонала:

- систематизация, формальное описание идей работодателя / руководителей компании, донесение их до сотрудников;
- установление целей маркетинга персонала, обеспечение контроля их достижения;
- концентрация и разумное распределение ресурсов фирмы.

Процесс разработки плана маркетинга персонала состоит из шести обязательных к выполнению шагов:

1. Определение миссии предприятия;
2. SWOT-анализ организации в целом;
3. Определение целей и стратегии системы управления персоналом;
4. Определение задач и программы действий по их реализации;
5. Составление плана маркетинга персонала и контроль за его выполнением;
6. Составление бюджета маркетинга персонала.

Возможные форматы разработки плана маркетинга персонала:

- **Формат 1:** Комплексный проект по разработке плана маркетинга персонала, полностью выполняемый ресурсами внешних консультантов.
- **Формат 2:** Руководство консультантами проектом разработки плана маркетинга персонала с привлечением персонала компании-заказчика (аналитическая проработка блоков проекта силами консультантов и внутренними ресурсами работодателя)
- **Формат 3:** Диагностика маркетинга компании с экспертизой имеющейся аналитической информации, и данных силами консультантов (с подготовкой отчета и рекомендаций). Разработка плана маркетинга персонала силами службы управления персоналом компании.