

UDC 331.5
C51

Reviewers:

Abramov, V. L. — doctor of economic Sciences, Professor
Makushenko, L. V. — doctor of economic Sciences, associate Professor

Рецензенты:

Абрамов В. Л. — доктор экономических наук, профессор
Макущенко Л. В. — доктор экономических наук, доцент

Печатается по рекомендации кафедры теории и практики управления
Сургутского государственного педагогического университета

Printed on the recommendation of the Department of theory
and practice of management Surgut state pedagogical University

Учебник утвержден на заседании кафедры теории
и практики управления БУ ВО Сургутского государственного педагогического
университета, протокол №7 от 05.05.2016 г.

The textbook was approved at the meeting of the department of theory and practice
management of BU IN Surgut state pedagogical University, Protocol №7 from
05.05.2016 г.

C51 CHERNOPYATOV A. M.
MARKETING STAFF. Raleigh, North Carolina, USA: Lulu
Press, 2016. 265 p.

ISBN 978-1-326-66418-3

(RUS)

Учебник по дисциплине «Маркетинг персонала» разработан в
соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом
высшего образования (ФГОС 3+) и учебным планом.

Предназначено для преподавателей и студентов вузов, колледжей, школ
бизнеса изучающих курс маркетинг персонала, а также для специалистов
практиков. Материалы могут быть использованы при разработке учебных
программ и в процессе преподавания ряда дисциплин связанных с
маркетинговыми направлениями в области управления персоналом.

A textbook on the subject "Marketing staff developed in accordance with
Federal state educational standard of higher education (GEF 3) and curriculum.

Designed for teachers and students of universities, colleges, schools of
business studies the course of marketing personnel, as well as for practitioners. The
materials can be used in the development of curricula and in teaching several
disciplines related to marketing trends in the field of personnel management.

ISBN 978-1-326-66418-3

© Chemopiatov A. M., 2016

© Lulu Press, Inc., 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
Глава I Введение в маркетинг.....	8
Тема 1. Маркетинг: история развития, сущность и понятия.....	8
1.1.История развития маркетинга.....	8
1.2.Понятие, сущность, цели и задачи маркетинга.....	12
1.3. Операционный маркетинг. Маркетинг-микс.....	18
Тема 2. Маркетинговая среда предприятия.....	23
2.1.Внутренняя среда предприятия.....	24
2.2.Внешняя среда предприятия.....	25
2.3. Контролируемые и неконтролируемые факторы, воздействующие на деятельность предприятия.....	28
Глава II Маркетинг персонала.....	32
Тема 1. Маркетинг персонала и его развитие.....	32
1.1. Сущность и понятие маркетинг персонала.....	32
1.2. Цель и задачи дисциплины маркетинг персонала.....	34
1.3.Сегментация рынка труда.....	36
Тема 2. Источники и проблемы найма персонала.....	42
2.1. Понятия "набор" и "найм персонала".....	42
2.2. Источники найма персонала.....	46
2.3. Внутренняя клиентоориентированность.....	51
2.4. Этап найма и ассимилирования.....	58
2.5.Хедхантинг.....	63
Тема 3. Деловая оценка и отбор персонала.....	68
3.1. Оценка уровня профессионализма ценных специалистов и топ-менеджеров	68
3.2 Проблемы в области поиска и отбора персонала.....	75
3.3. Оценка и развитие управленческих навыков.....	80
3.4. Система адаптации персонала. Составление программы адаптации...85	
Тема 4. Процедура отбора персонала	96
4.1. Этапы и методы отбора персонала	96
4.2. Предварительная отборочная беседа.....	99
4.3.Интервью (беседа по найму).....	100
4.4.Тестирование, ролевые игры, профессиональное испытание.....	105
Тема 5. Подбор и обучение персонала.....	111
5.1. Подбор сотрудников.....	111
5.2. Понятие развития персонала. Принципы и цели развития персонала...112	
5.3. Планирование обучения персонала и составление программы обучения.....	114

5.4. Плановое обучение сотрудников, повышение квалификации.....	117
5.5. Типы корпоративных учебных центров.....	119

Тема 6. Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом.....124

6.1. Аутсорсинг персонала.....	124
6.2. Лизинг персонала.....	127
6.3. Аутстаффинг персонала.....	130
6.4. Фриланс или временная работа.....	136
6.5. Кадровое планирование.....	145
6.6. Кадровый резерв предприятия.....	147
6.7. Планирование штата персонала.....	151

Тема 7. Аттестация персонала.....155

7.1. Введение. Необходимость проведения аттестации.....	155
7.2. Организация аттестации персонала.....	161
7.3. Этапы и методы аттестации.....	163
7.4. Регламентирование нормативно-правовыми документами аттестации персонала.....	165

Фонды оценочных средств.....174

Блок 1. Основы маркетинга.....174

Модуль 1. "Введение в маркетинг".....	174
---------------------------------------	-----

Блок 2. Маркетинг персонала.....190

Модуль 1. Введение в дисциплину маркетинга персонала.....	190
---	-----

Модуль 2. Источники и проблемы найма персонала.....	196
---	-----

Модуль 3. Деловая оценка и отбор персонала.....	202
---	-----

Модуль 4. Процедура отбор персонала.....	208
--	-----

Модуль 5. Подбор и расстановка по рабочим местам персонала.....	225
---	-----

Модуль 6. Практическое применение технологии маркетинга в управлении персоналом.....	236
--	-----

Модуль 7. Организация аттестации персонала.....	246
---	-----

Список литературы.....	260
------------------------	-----