

УДК 331.5
ББК 65.240
П20

Рецензенты:

А. М. Попович — доктор экономических наук, профессор;

В. И. Беляев — доктор экономических наук, профессор.

Патласов О. Ю.

П20

Маркетинг персонала: Учебник для бакалавров /
О. Ю. Патласов. — 4-е изд., стер. — М.: Издательско-
торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. — 382 с.

ISBN 978-5-394-05190-6

В учебнике предложен принципиально новый подход к маркетингу персонала. Изложены технологии проведения маркетинговых исследований на рынке труда. Описываются методики оценки имиджа фирмы как работодателя. Демонстрируются формы организации маркетинга в кадровом агентстве. Кадровый аудит и контроллинг персонала анализируются в рамках маркетингового управления рабочей силой. Изучены проблемы международного маркетинга.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Управление персоналом», специалистов государственной службы занятости, кадровых агентств, компаний.



9 785394 051906 >



Подписано в печать 10.09.2022. Формат 60×90 1/16.

Бумага офсетная № 1. Печ. л. 24.

Тираж 100 экз.

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»

129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732

Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 182-01-58

E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

ISBN 978-5-394-05190-6

© Патласов О. Ю., 2014

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
ВВЕДЕНИЕ	8
Глава 1. СУЩНОСТЬ И ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА	17
1.1. Маркетинг персонала: от универсальных подходов к дифференцированным определениям	17
1.2. Товар “рабочая сила” в системе маркетинга. Основные характеристики, особенности функционирования и принципы изучения рынка рабочей силы	21
1.3. Роль, значение, цели и условия для маркетинга на рынке труда	67
1.4. Концепции маркетинга рабочей силы	78
1.5. Маркетинговое управление персоналом. Баланс рабочей силы и рабочих мест	86
1.6. Функции макро- и микромаркетинга в сфере занятости	99
Вопросы для самоконтроля	170
Глава 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКА РАБОЧЕЙ СИЛЫ	172
2.1. Конкурентоспособность и жизненный цикл товара “рабочая сила”	172
2.2. Маркетинговые исследования рынка труда	188
2.3. Кадровый аудит и политика в маркетинге персонала ...	203
2.4. Критерии сегментирования рыночного пространства	215
2.5. Требования к персоналу и определение потребности в нем	234
2.6. Позиционирование товара “рабочая сила”	255
2.7. Источники и пути покрытия потребности в персонале ...	259

Вопросы для самоконтроля.....	272
Глава 3. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ	
РЫНКА ТРУДА	274
3.1. Имидж организации как работодателя. Концепция внутреннего маркетинга.....	274
3.2. Управление маркетингом рабочей силы. Организация маркетинга в кадровом агентстве	287
3.3. Международный маркетинг персонала	301
3.4. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала	335
Вопросы для самоконтроля	360
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	362
ГЛОССАРИЙ	376
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	381