

УДК 331.5
ББК 65.240
П20

Рецензенты:

А. М. Попович — доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой менеджмента Омского государственного университета;

В. И. Беляев — доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики предпринимательства и маркетинга Алтайского государственного университета.

Патласов О. Ю.

П20 Маркетинг персонала: Учебник для бакалавров / О. Ю. Патласов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 384 с.

ISBN 978-5-394-02354-5

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». Может представлять интерес для ученых, исследующих рынок труда, специалистов государственной службы занятости, кадровых агентств, компаний. Целесообразно применение книги в системе дополнительного профессионального образования для специалистов по работе с персоналом и менеджеров по HR-маркетингу.

ISBN 978-5-394-02354-5

© 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