

**Патласов О. Ю.**

Маркетинг персонала: Учебник для бакалавров /  
О. Ю. Патласов. — М.: Издательско-торговая корпора-  
ция «Дашков и К<sup>о</sup>», 2016. — 384 с.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ПРЕДИСЛОВИЕ</b> .....	<b>5</b>
<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	<b>8</b>
<b>Глава 1. СУЩНОСТЬ И ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА</b> .....	<b>17</b>
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... Вопросы для самоконтроля .....	99 170
<b>Глава 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКА РАБОЧЕЙ СИЛЫ</b> .....	<b>172</b>
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
<b>Глава 3. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ РЫНКА ТРУДА .....</b>	<b>274</b>
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
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>362</b>
<b>ГЛОССАРИЙ .....</b>	<b>376</b>
<b>СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>381</b>