

Патласов О. Ю.

Маркетинг персонала: Учебник для бакалавров /
О. Ю. Патласов. — 2-е изд., стер. — М.: Издательско-
торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 382 с.

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. Вопросы для самоконтроля	99
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