

УДК 658.3(075)
ББК 65.240.5я73+65.291.6-32я73
И46

Коллектив авторов:

Ильина Ирина Юрьевна, доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры управления персоналом и кадровой политики
Российского государственного социального университета;

Потехина Елена Витальевна, доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры информатики и прикладной математики
Российского государственного социального университета

Ильина, И. Ю.

И46 Рынок труда и маркетинг персонала : учебное пособие.
В 2 ч. Ч. 1 / И. Ю. Ильина, Е. В. Потехина. — Москва ; Берлин :
Директ-Медиа, 2020. — 225 с.

ISBN 978-5-4499-0662-5

В первой части учебного пособия рассматриваются теоретические подходы к анализу рынка труда, выделяются тенденции развития и особенности функционирования российского рынка труда на современном этапе. Раскрывается сущность и основные характеристики маркетинга персонала как новой концепции управления человеческими ресурсами, дана оценка возможностей использования маркетинговых технологий на внешнем и внутреннем рынке труда, рассмотрена роль маркетинга персонала в обеспечении конкурентоспособности организации. Проанализирован опыт использования маркетинговых инструментов в управлении кадровой сферой организаций.

Учебное пособие рекомендовано для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Управление персоналом».

Текст печатается в авторской редакции.

УДК 658.3(075)
ББК 65.240.5я73+65.291.6-32я73

ISBN 978-5-4499-0662-5 © Ильина И. Ю., Потехина Е. В., текст, 2020
© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2020

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	5
Раздел 1. РЫНОК ТРУДА: СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ.....	7
Глава 1. Теоретические основы рынка труда.....	7
1.1. Классификация населения в сфере труда.....	7
1.2. Сущность и основные элементы рынка труда.....	13
1.3. Роль рынка труда в социально-экономическом развитии общества.....	16
1.4. Типология рынков труда.....	19
1.5. Основные концепции рынка труда.....	21
Глава 2. Рабочая сила как товар.....	25
2.1. Основные подходы к определению товара «рабочая сила».....	25
2.2. Основные характеристики рабочей силы.....	30
2.3. Жизненный цикл товара «рабочая сила».....	39
2.4. Концепции маркетинга рабочей силы.....	44
Глава 3. Особенности функционирования современного рынка труда.....	47
3.1. Механизм функционирования рынка труда.....	47
3.2. Социально-экономическая сущность и формы занятости населения.....	53
3.3. Безработица и ее последствия для общества.....	58
3.4. Основные модели национальных рынков труда.....	62
3.5. Основы функционирования внутреннего рынка труда.....	66
Глава 4. Российский рынок труда: актуальные тенденции и проблемы регулирования.....	71
4.1. Формирование российского рынка труда.....	71
4.2. Роль государства в регулировании процессов на рынке труда.....	81
4.3. Особенности современного российского рынка труда.....	84
Глава 5. Статистический анализ состояния и развития занятости населения Российской Федерации.....	88
5.1. Статистическая оценка состояния занятости населения в 2018 году.....	88
5.2. Анализ структуры занятости населения Российской Федерации.....	95
5.3. Динамический анализ занятости населения Российской Федерации в 2008–2018 годах.....	106

5.4. Оценка влияния факторов на уровень занятости в стране	115
Раздел 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА	122
Глава 6. Маркетинг персонала как научная дисциплина	122
6.1. Факторы формирования маркетинга персонала.....	122
6.2. Основные подходы к маркетингу персонала.....	128
6.3. Сущность и функции маркетинга персонала на современном этапе	136
6.4. Классификация маркетинга персонала.....	142
Глава 7. Этапы маркетинга персонала и их характеристика	146
7.1. Определение потребности в персонале и кадровое планирование	147
7.2. Анализ поведения соискателей рабочих мест	152
7.3. Анализ поведения основных конкурентов	155
7.4. Поиск партнеров.....	159
7.5. Разработка стратегии маркетинга персонала организации.....	164
Глава 8. Комплекс маркетинга персонала организации	168
8.1. Товарная политика в комплексе маркетинга персонала	168
8.2. Ценовая политика в комплексе маркетинга персонала	173
8.3. Сбытовая политика в комплексе маркетинга персонала	181
8.4. Политика продвижения товара в комплексе маркетинга персонала	186
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	194
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	195
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	198