

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/430459>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Управление персоналом

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА 5

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ-БАЗЫ ПРАКТИКИ 13

3. ИНСТРУМЕНТАРИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА 18

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 22

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 24

На сегодняшний день предпринимательство как никогда зависит от привлечения, удержания и эффективности дефицитных ресурсов - квалифицированных кадров. При этом конкурентоспособность человеческих ресурсов очень динамична. Постоянные изменения законодательства, условий рынка труда, жесткая конкуренция, растущие требования к клиентам оказывают большое влияние на профессиональные предпочтения в трудовой деятельности. Маркетинг персонала исходя из того, что одним из важнейших условий достижения целей работодателя является четкое определение требований к персоналу и обеспечение удовлетворения этих требований более эффективно, чем у конкурентов. Маркетинг персонала ориентирован на поиск такого работника, который своими услугами создаст потребительскую стоимость, обладающую большей рыночной стоимостью по сравнению с его рабочей силой. Перед современной организацией стоит задача создания условий, обеспечивающих оптимальное использование человеческих ресурсов в объеме сбалансированных потребностей и интересов предприятия и каждого работника. Достижение этой сбалансированности может быть достигнуто за счет внедрения маркетинга персонала организации. Маркетинг персонала-это вид управленческой деятельности, направленный на долгосрочное обеспечение человеческими ресурсами в соответствии со стратегическими задачами.

Цель - анализ системы маркетинга персонала.

Для достижения поставленной цели определены следующие задачи практики:

Рассмотреть теоретические аспекты маркетинга персонала.

Провести анализ маркетинга персонала.

Разработать мероприятия, направленные на совершенствование маркетинга персонала.

Объект практики - АО «РайффайзенБанк». Предмет практики - система маркетинга персонала.

Исследование в отчете основывается на общенаучных методах познания: обобщение и систематизация теоретических данных; сравнение, анализ, изучение и обработка статистических данных; моделирование выводов исследования, их классификация.

При написании исследования применялись материалы из сети Интернет. Например, статьи о теории развития персонала, характеристики принципов управления персоналом. Для исследования теоретических аспектов вопроса исследования, применялись труды таких авторов, как Портер М.Э. «Конкуренция», Синяева М.А. «Основы менеджмента», Аширов Д.А. «Управление персоналом». В работе использовались статьи из профильных периодических изданий по экономике, рекламе, маркетингу и менеджменту. Для написания практической части применялись делопроизводственные документы, устав организации, а также труды отечественных и зарубежных авторов, посвященные принципам управления персоналом и особенностям обучения персонала.

По структуре отчет состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка. Название глав отображает их содержание.

Вопросы маркетинга персонала были затронуты такими учеными, как Л. Берри, Р. Бюнер, Е. Дитман, К. Гренроос, Б.Р. Льюис, А. Кибанов, И. Дуракова, Д. Захаров, З. Якимов и др. В конце 80-х гг. зарубежные специалисты предложили подход, согласно которому маркетинг персонала в зависимости от дислокации делится на внешний и внутренний. Маркетинг персонала современного предприятия имеет двухуровневую структуру:

1. Внешний маркетинг персонала - это система деятельности, позволяющая его субъектам оценивать состояние рынка труда, тенденции его изменения и принимать обоснованные управленческие решения в

сфере найма (трудоустройства), содействия занятости и эффективного использования человеческого капитала [3].

2. Внутренний маркетинг персонала - это подход к персоналу фирмы как клиентам и обеспечение их продуктом, который удовлетворяет их потребности [9]. Такой подход трансформирует традиционные элементы маркетинга «4P» (продукт, цена, продажи и продвижение продукта) в следующие элементы маркетинга персонала: диапазон задач и ответственности работника, степень мотивации сотрудника или усилия, которые сотрудник готов приложить для выполнения своих должностных обязанностей, организационная структура фирмы, аспекты организационной культуры.

Маркетинг персонала представляет собой вид деятельности, который напрямую связан с сотрудниками предприятия. Это понятие включает в себя два ключевых момента: общее понимание управления персоналом. Здесь рассматривают корпоративную этику, стандарты, наймы, процедуру акклиматизации на предприятии и т.д.; узкое понимание управления персоналом. Здесь уже рассматривается необходимость в специалистах или рядовых работниках. В первом случае выделяют методы, которые упрощают процесс «входа» нового работника в коллектив. Во втором случае же рассматриваются нужды самого предприятия. Как правило, узкий маркетинг ставится превыше всего, на фоне чего нередко возникают конфликтные ситуации на фоне разногласий между коллегами.

Управление человеческими ресурсами используется для описания людей, работающих в компании или организации, и отделов, ответственных за управление ресурсами, связанными с сотрудниками. Термин человеческие ресурсы впервые появился в 1960-х годах, когда значение трудовых отношений начало привлекать внимание, и когда начали формироваться такие понятия, как мотивация, организационное поведение и оценка выбора.

Управление человеческими ресурсами - это современный общий термин, используемый для описания управления и развития сотрудников в организации. Также известный как управление человеческими ресурсами или управление талантами (хотя эти термины немного устарели), управление человеческими ресурсами включает в себя надзор за всем, что связано с управлением человеческим капиталом организации.

1. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 239 с.
2. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 249 с.
3. Айдаркина, Е. Е. Теория и практика управления : учебное пособие / Е. Е. Айдаркина ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 164 с.
4. Анопченко, Т. Ю. Менеджмент: кейсы, тренинги, деловые игры. Практикум / Т. Ю. Анопченко, А. М. Григан, А. А. Лысоченко [и др.]. — 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К, 2019. — 282 с.
5. Барышев, А. В. Основы разработки управленческого решения : учебное пособие / А.В. Барышев. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. – 164 с.
6. Безручко, П. Практики регулярного менеджмента: управление исполнением, управление командой / Павел Безручко. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 368 с.
7. Борискина, Т. Б. 454 вопроса по менеджменту : учебное пособие / Т. Б. Борискина, О. С. Пескова. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 100 с.
8. Быстров, О.Ф. Теория менеджмента. Монография. / О.Ф. Быстров, Д.Э. Тарасов – Москва: Русайнс, 2020. – 182 с.
9. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 656 с.
10. Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 396 с.
11. Гапоненко, А. Л. Теория управления : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 336 с.
12. Генкин, Б. М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика) : монография / Б. М. Генкин. — 2-е изд., испр. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. — 352 с.
13. Грушенко, В. И. Менеджмент. Восприятие сущности менеджмента в условиях стратегических изменений : учебное пособие / В. И. Грушенко. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 288 с.
14. Деминг, Э. Менеджмент нового времени: простые механизмы, ведущие к росту, инновациям и

- доминированию на рынке / Эдвардс Деминг ; пер. с англ. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 182 с.
15. Егоршин, А. П. Карьера одаренного менеджера : научно-популярное издание / А. П. Егоршин, С. Г. Захарова. — 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Логос ; Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. — 376 с.
16. Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации : учебное пособие / А.П. Егоршин. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 388 с.
17. Елиферов, В. Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление : учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 319 с.
18. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 305 с.
19. Иванова, Т. Ю. Теория менеджмента. Синергетический менеджмент : учебник для вузов / Т. Ю. Иванова, Э. М. Коротков, В. И. Приходько. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 331 с.
20. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Антоненц [и др.] ; под редакцией В. А. Антонца, Б. И. Бедного. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 303 с.
21. Кисляков, Г. В. Менеджмент: основные термины и понятия : словарь / Г.В. Кисляков, Н.А. Кислякова. – 2-е изд. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 176 с.
22. Кнышова, Е. Н. Менеджмент: Учебное пособие / Кнышова Е. Н. — Москва : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2020. — 304 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/430459>