**Типовые варианты заданий**

1. Этапы развития (эволюция) маркетинга персонала. Переоценка ценностей. Односторонний подход к выбору профессии и места работы (проблема дефицита рабочих кадров в РФ, сравнение с другими странами).
2. Этапы развития (эволюция) маркетинга персонала. Демографические факторы (естественное движение в РФ и в мире – рождаемость, смертность, меры стимулирования) и т.д.
3. Функции маркетинга персонала в организации.
4. Коммуникативная функция МП (реклама как способ поиска кандидатов, PR – технологии и их применение в маркетинге персонала)
5. Истоки становления современного маркетинга персона, внутренние и внешние факторы, влияющие на МП
6. Имидж организации и его связь с маркетингом персонала. Позиционирование и продвижение компании в качестве привлекательного работодателя
7. Формирование системы оценки кандидатов при приеме на работу.
8. Инструментарий отбора: испытания, тестирование, интервью и другие социально-психологические методы, их задачи и возможности
9. Развитие персонала организации. Управление талантами. Lift-out рекрутинг, хэдхантинг, развитие талантов к руководству.
10. Оценка персонала, оценка результатов деятельности руководителей и специалистов управления персоналом. Использование IT- технологий для оценки персонала
11. Источники удовлетворения потребности в персонале. Аутсорсинг, аутстаффинг, лизинг. Виртуальные работники. Разновидности фриланса.
12. Внутренний и внешний маркетинг персонала в Российских компаниях (примеры)
13. Глобализация рынка и его последствия. Специфика управления персоналам в международных корпорациях.
14. Мотивация и ее влияние на результаты работы.
15. Модели воздействия на трудовое поведение
16. Использование методологии маркетинговых исследований в маркетинге персоналом. Сегментирование рынка труда.
17. Ситуации нестабильности во внешней среде и организации. Кризисы и управление персоналом.
18. Девиации, конфликты, дискриминация на работе. Гендерная сегрегация на внутреннем рынке труда: источники и последствия
19. Взаимодействие организации работодателя с отраслевым рынком труда.
20. Проблема безработицы и открытых вакансий на рынке труда.
21. Изучение требований работников и кандидатов к рабочим местам, а также требований работодателей к кандидатам на работу.
22. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Формирование сегментов потенциальных работников
23. Источники формирования маркетинговой информационной системы управления персоналом
24. Направления анализа персонал-имиджа. Преимущества положительного имиджа организации-работодателя
25. Характеристика основных подходов к контролю маркетинга персонала
26. Маркетинговая концепция управления персоналом.
27. Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности.
28. Научные основы маркетинга персонала.
29. Технология маркетинга персонала.
30. Подсистема планирования и маркетинга персонала в управлении персоналом.
31. Функции маркетинга персонала.
32. Источники и пути покрытия потребности организации в персонале.
33. Методы прогнозирования потребности в персонале.
34. Кадровый аудит как инструмент маркетинга персонала.

**Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Маркетинг персонала»**

1. Понятие и сущность маркетинга персонала
2. Базовые принципы маркетинга персонала
3. Цель, задачи и функции маркетинга персонала
4. Виды и уровни маркетинга персонала
5. Маркетинговая среда организации
6. Факторы формирования маркетинга персонала
7. Имидж организации на рынке труда
8. Направления анализа персонал-имиджа
9. Преимущества положительного имиджа организации-работодателя
10. Реклама персонал-имиджа
11. Источники формирования маркетинговой информационной системы управления персоналом
12. Функциональная структура информационной системы организации.
13. Информационная система руководства, ее особенности и роль.
14. Входные и выходные подсистемы информационной системы финансов.
15. Основная задача информационной системы управления персоналом.
16. Информационный этап: изучение рынка труда, исследование профессий, исследование имиджа организации-работодателя, изучение внешней и внутренней среды организации
17. Коммуникационный этап: сегментирование рынка труда, внутренние связи, связи с общественностью, рекламно-презентационные мероприятия
18. Определение потребности в персонале
19. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Формирование сегментов потенциальных работников
20. Анализ основных конкурентов
21. Анализ активных партнеров
22. Анализ внутренних ресурсов и способностей
23. Определение целевых позиций на рынке труда
24. Формирование и реализация целевого плана мероприятий
25. Затраты на планирование и реализацию персонал-маркетинговой деятельности
26. Виды, элементы и формы контроля. Характеристика основных подходов к контролю маркетинга персонала. Принципы и дисфункции контроля