



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИДО

С.И. Качин

«___» _____ 2012 г.

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

Рабочая программа, методические указания и контрольные задания
для студентов ИДО, обучающихся по специальности
080502 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)»

Составитель **З.В. Креницына**

Семестр	9	10
Лекции, часов	2	6
Практические занятия, часов		4
Контрольные работы		№ 1
Самостоятельная работа, часов		96
Формы контроля		зачёт

Издательство

Томского политехнического университета

2012





УДК 005.96(075.8)
ББК У9(2)240я73

Маркетинг персонала: рабочая программа, метод. указ. и контр. задания для студентов ИДО, обучающихся по спец. 080502 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / сост. З.В. Криницына; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. – 34 с.

Рабочая программа, методические указания и контрольные задания рассмотрены и рекомендованы к изданию методическим семинаром кафедры менеджмента «___» _____ 2012 года, протокол № ____.

Зав. кафедрой менеджмента
профессор, доктор экон. наук _____ И.Е.Никулина

Аннотация

Рабочая программа, методические указания контрольные задания по дисциплине «Маркетинг персонала» предназначены для студентов специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)». Данная дисциплина изучается в одном семестре.

Приведено содержание основных тем дисциплины и указаны темы практических занятий. Приведены варианты заданий для контрольной работы. Даны методические указания по выполнению контрольной работы.



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью преподавания данной дисциплины является получение студентами знаний:

- **по основам** маркетинга персонала;
- **по управлению** маркетингом рабочей силы;
- **по методологии** исследования рынка труда;
- **по общим закономерностям** формирования рынка труда, по обеспечению конкурентоспособности рабочей силы на рынке труда.

Основными **задачами** преподавания данной дисциплины является:

- **развитие** самостоятельного логического мышления о сущности и содержании маркетинга персонала как системы формирования спроса и предложения рабочей силы, как системы управления рыночной ориентацией предприятия;
- **ознакомление** с фундаментальными основами управления маркетингом рабочей силы;
- **формирование знаний и умений** по проведению маркетинговых исследований на рынке труда;
- **обучение применению** полученных практических и теоретических знаний для формирования долгосрочной программы по обеспечению конкурентоспособности персонала предприятия.

2. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО РАЗДЕЛА ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Сущность и содержание маркетинга персонала

Российский рынок труда и тенденции его развития. Макро- и микрофакторы, влияющие на формирование рынка труда. Открытый и скрытый рынок труда. Отрыв цены рабочей силы от ее стоимости. Инфраструктура российского рынка труда. Негативные тенденции в формировании трудовых ресурсов России. Децентрализованный характер российского рынка труда.

Товар «рабочая сила» и его особенности. Потребительская стоимость товара «рабочая сила». Качественные характеристики трудового потенциала.

Понятие рынка труда и его виды (по территории, отрасли, профессии). Рынок труда как экономическая категория. Механизм формирования рынка труда. Цена равновесия на рынке труда. Регулирование рынка труда.



Понятие маркетинга персонала и его роль на рынке труда. Понятие маркетинга персонала: как философия бизнеса, как методология исследования рынка труда, как система формирования спроса и предложения рабочей силы, как система управления рыночной ориентацией предприятия. Основные виды деятельности маркетинга персонала. Виды маркетинга персонала. Роль маркетинга персонала на разных уровнях. Концепции маркетинга персонала: концепция формирования профессиональной рабочей силы, концепция человеческого капитала, концепция продвижения товара «рабочая сила», ценовая концепция, концепция традиционного маркетинга, концепция социальных предпочтений, концепция внутриорганизационного маркетинга, концепция самореализации личности. Основные принципы маркетинга.

Тема 2. Методология исследования рынка труда

Цель маркетинговых исследований. Методы проведения маркетинговых исследований рынка труда. Стадии проведения маркетинговых исследований рынка труда. Комплекс маркетинговых проблем и проблемных блоков. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности на рынке труда. Основные направления маркетинговых исследований на рынке труда.

Выборочный метод сбора информации на рынке труда. Количественная и качественная репрезентативность выборки.

Анализ информации о состоянии трудовых ресурсов. Анализ рабочего места. Профессиографический метод анализа рабочего места.

Сегментация рынка труда. Классификация факторов сегментации рынка труда по географическим, демографическим, экономическим признакам.

Выбор целевых сегментов рынка труда. Массовый, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Позиционирование предложения на рынке труда.

Прогнозирование потребности предприятия в персонале. Методы определения потребности в персонале (экстраполяция, метод отношения, метод экспертных оценок, компьютерные модели). Определение количественной потребности в персонале: нормативный метод, метод Розенкранца, метод микроэлементного нормирования. Статистические методы прогнозирования потребности в персонале.

Конкурентоспособность на рынке труда. Маркетинговый контроль.

Тема 3. Коммуникации на рынке труда

Система коммуникаций в маркетинге персонала. Способы трудоустройства. Стимулирование занятости рабочей силы. Три модели политики стимулирования занятости персонала (американская, скандинавская, европейская). Организация рекламы субъектов рынка рабочей силы: реклама работодателя, посредника, самореклама. Критерии оценки эффективности рекламных посланий. Правило AIDAC.

Тема 4. Системы компенсаций на рынке труда

Традиционные системы компенсаций. Управление льготами. «Нетрадиционные» системы компенсаций. Системы переменной заработной платы. Системы групповой заработной платы. Системы оплаты за знания и компетентность. Разработка программы нематериального стимулирования персонала.

Тема 5. Управление маркетингом рабочей силы

Процесс управления маркетингом рабочей силы. Маркетинговая среда предприятия на рынке труда: внутренняя среда предприятия, внешняя среда (микросреда и макросреда). Кадровая политика и её взаимосвязь со стратегиями развития предприятия. Основные направления политики формирования спроса и предложения рабочей силы. Персонал предприятия и задачи его формирования. Основные элементы формирования персонала предприятия. Основные направления перестройки работы кадровых служб в современных условиях.

Тема 6. Международный маркетинг персонала

Характеристика международных региональных рынков труда. Возможные социально-экономические последствия международной миграции рабочей силы. Сегменты международного рынка труда. Международная рабочая сила. Основные тенденции развития современного международного рынка труда. Конкурентоспособность российской рабочей силы. Государственная миграционная политика. Формирование нового типа международного работника.



3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОГО РАЗДЕЛА ДИСЦИПЛИНЫ

Тематика практических занятий

1. Основные концепции маркетинга персонала. Разбор конкретных ситуаций (2 часа).
2. Выборочный метод сбора информации на рынке труда. Определение размера репрезентативной выборки. Решение практических задач (2 часа).
3. Составление профессиограммы специалиста и руководителя (2 часа).
4. Разработка модели рабочих мест по А.И. Егоршину (2 часа).
5. Расчет количественной потребности в персонале различными методами. Решение задач (2 часа).
6. Составление рекламного обращения работодателя и соискателя. Оценка эффективности рекламных посланий (2 часа).
7. Мотивация персонала. Разработка конкурентоспособной программы мотивации персонала с использованием нетрадиционных методов нематериального стимулирования (2 часа).
8. Перестройка работы кадровых служб. Формирование организационных структур управления современной кадровой службы (2 часа).
9. Миграция рабочей силы. Закон о миграции РФ. «Гастарбайтеры» (2 часа).

Темы практических занятий указываются преподавателем.



4. КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

4.1. Общие методические указания

Учебным графиком для студентов, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)», предусмотрено выполнение одной контрольной работы. Выполнение контрольной работы необходимо для закрепления теоретических знаний, полученных при изучении дисциплины «Маркетинг персонала».

Контрольная работа представляет собой самостоятельное исследование рынка труда. При наборе текста пояснительной записки на компьютере рекомендуется использовать текстовый редактор Word и установить следующие параметры текста: шрифт Times New Roman, размер – 14 пт; интервал междустрочный – одинарный.

4.2. Варианты контрольных заданий и методические указания

4.2.1. Варианты контрольных заданий

Тема работы называется «Анализ рынка труда по выбранной профессии». Каждый студент выбирает вариант работы, соответствующей определенной профессии и проводит анализ рынка труда. В табл. 1 представлены варианты контрольных работ.

Вариант контрольной работы (номер темы) выбирается как число, составленное из двух последних цифр номера зачетной книжки студента. Если получаемое число больше 30, то из него нужно вычесть 30.

Таблица 1

Варианты контрольной работы

№ п/п	Название темы контрольной работы	Наименование регионов рынка труда
1	Анализ профессионального рынка труда повара	Томск, Кемерово, Новосибирск, Красноярск
2	Анализ профессионального рынка труда фотографа	Томск, Москва, Саратов, Воронеж
3	Анализ профессионального рынка труда стюардессы	Томск, Киев, Москва, Анжеро-Судженск
4	Анализ профессионального рынка труда газосварщика	Томск, Тольятти, Новгород, Тверь
5	Анализ профессионального рынка труда маркетолога	Томск, Казань, Уфа, Улан-Удэ
6	Анализ профессионального рынка труда оператора сотовой связи	Томск, Владивосток, Хабаровск, Чита
7	Анализ профессионального рынка труда сталевара	Томск, Новокузнецк, Междуреченск, Сочи



№ п/п	Название темы контрольной работы	Наименование регионов рынка труда
8	Анализ профессионального рынка труда профессора вуза	Ялта, Краснодар, Абакан, Томск
9	Анализ профессионального рынка труда делопроизводителя	Томск, Сыктывкар, Челябинск, Екатеринбург
10	Анализ профессионального рынка труда менеджера офиса	Томск, Барнаул, Горно-Алтайск, Бийск
11	Анализ профессионального рынка труда торгового представителя	Томск, Стрежевой, Кемерово, Нижний Новгород
12	Анализ профессионального рынка труда кондитера	Томск, Новосибирск, Орел, Кострома
13	Анализ профессионального рынка труда специалиста по рекламе	Томск, Ярославль, Рыбинск, Новгородский
14	Анализ профессионального рынка труда программиста	Томск, Новокузнецк, Ханты-Мансийск, Качканар
15	Анализ профессионального рынка труда стилиста	Томск, Чита, Нижний Тагил, Ярославль
16	Анализ профессионального рынка труда парикмахера	Владимир, Томск, Тайга, Воронеж
17	Анализ профессионального рынка труда конструктора машин	Томск, Барнаул, Новосибирск, Петрозаводск
18	Анализ профессионального рынка труда визажиста	Томск, Санкт-Петербург, Чита, Хабаровск
19	Анализ профессионального рынка труда швеи	Томск, Рубцовск, Кемерово, Магнитогорск
20	Анализ профессионального рынка труда водителя автокрана	Томск, Тула, Волгоград, Тверь
21	Анализ профессионального рынка труда аппаратчика	Томск, Ростов-на-Дону, Москва, Норильск
22	Анализ профессионального рынка труда танцора	Томск, Владивосток, Минусинск, Чита
23	Анализ профессионального рынка труда театрального актера	Томск, Орел, Чебоксары, Саратов
24	Анализ профессионального рынка труда театрального режиссера	Томск, Якутск, Барнаул, Новосибирск
25	Анализ профессионального рынка труда каменщика	Томск, Хабаровск, Волгодонск, Петропавловск-Камчатский
26	Анализ профессионального рынка труда маляра	Томск, Кемерово, Магнитогорск, Воронеж
27	Анализ профессионального рынка труда экономиста по труду	Томск, Петрозаводск, Псков, Ижевск
28	Анализ профессионального рынка труда кадровика	Томск, Барнаул, Сочи, Оренбург
29	Анализ профессионального рынка труда инженера	Томск, Екатеринбург, Кемерово, Тольятти
30	Анализ профессионального рынка труда финансиста	Томск, Астрахань, Пенза, Набережные Челны

4.2.2. Методические указания к выполнению контрольной работы

Тема контрольной работы **«Анализ рынка труда по выбранной профессии»**.

Структура контрольной работы включает восемь основных разделов.

Раздел 1. Региональный разрез

Работа должна содержать анализ профессии в региональном разрезе. Для этого необходимо рассмотреть требования к профессии на рынках труда 4 городов из разных регионов России, указанных в вашем варианте. Например: Томск, Красноярск, Москва, Санкт-Петербург.

Раздел 2. Общие требования к должности

Данные требования обычно содержатся в вербовочных объявлениях при наборе персонала. Привести примеры вербовочных объявлений и обобщить данные в виде таблицы требований.

Работники кадровой службы прекрасно знают, как важно правильно составить объявление о приеме на работу. При условии качественной проработки формулировок и конкретизации требований, оно позволит найти именно того сотрудника, который наилучшим образом будет соответствовать вакантной должности и сэкономить время, отсекая поток заведомо неподходящих претендентов. И тут есть несколько секретов, позволяющих подготовить действительно информативное и эффективное объявление.

Инструкция по составлению объявления о приеме на работу

1. Для начала соберите как можно больше сведений о должности, на которую требуется найти работника. Пообщайтесь с непосредственным руководителем, в ведении которого находится данная вакансия. Прочитайте должностную инструкцию для того, чтобы точно представлять круг обязанностей, соответствующий указанной должности.

2. Начните с определения должности, которую можно будет назвать точно в соответствии с действующим штатным расписанием. Если на рынке труда для аналогичных вакансий существует упрощенное название, то можно отказаться от строгого следования внутрифирменным штатным документам, и назвать её таким образом, как это принято

в широких кругах, чтобы нужные специалисты могли легко найти вашу вакансию.

3. Укажите в графе заработной платы сумму, соответствующую штатному расписанию, но при этом не забудьте сообщить о возможных надбавках и премиях, указав их отдельной строкой. Такое предложение должно вызвать максимальный интерес у нужных вам специалистов. И не стоит завышать уровень оплаты труда, чтобы не вводить соискателей в заблуждение, поскольку все это очень быстро раскроется, а вы только потеряете время, оттолкнете потенциального работника и нанесете урон репутации фирмы.

4. Очень точно перечислите требования, предъявляемые вашей организацией к соискателям. Здесь может быть важен возраст или внешность, к примеру, в сфере продаж и услуг. Это может быть специальное профессиональное образование (особенно в технических специальностях) или опыт работы. В таком случае укажите все особенности ваших требований, чтобы не тратить время на изучение резюме неподходящих кандидатов.

5. Сообщите круг обязанностей, предложенный к выполнению специалисту, который займет вакантное место. Это нужно описать максимально просто и понятно, желательно согласно должностной инструкции. В этом случае кандидат сможет предварительно оценить свои возможности, чтобы стать действительно эффективным работником на новом месте или отказаться от претензий на место, понимая, что не в силах выполнять перечисленные требования.

6. Теперь остается только указать название организации, чтобы претендент мог подготовиться, собрав информацию о компании и заранее выяснив все вопросы, которые могут помочь ему принять решение об отправке резюме. И не забудьте сообщить контактные телефоны, электронную почту для отправки резюме или запроса анкеты. Кроме того, желательно указать имя и отчество лица, ответственного за подбор работников на предложенную вакансию, чтобы кандидат мог обратиться к конкретному лицу в кадровой службе, не тратя время на поиски нужного человека.

Необходимо сделать уточнение, какие объявления являются неудачными.

А. Прежде всего, это объявления, в которых отсутствует информация о том, в чем именно будет заключаться предлагаемая работа. Это делает вакансию очень расплывчатой и неинтересной.

Б. Это объявления, где нет никаких сведений об организации, предлагающей трудоустройство. Отсутствие подобной информации иногда серьезно ограничивает отклик соискателей.

В. Если в объявлении не указана предлагаемая зарплата, либо указана сумма, неадекватная усилиям или рынку труда, это может привести к тому, что число кандидатов, откликнувшихся на размещенную вакансию, будет гораздо ниже, чем можно было бы ожидать.

Г. Если в объявлении о вакансии не указаны условия работы, кандидаты, ознакомившись с текстом, не будут знать, кто предлагает работу и почему, есть ли перспективы роста на данной позиции, возможны ли командировки и т.п.

Пример объявления о приеме на работу:

Начальник отдела управления персоналом подразделения компании

Автотранспортные предприятия «Магнит»

Уровень зарплаты	Регион	Требуемый опыт работы
от 22 500 до 46 000 руб.	Омск	3–6 лет

Обязанности:

- организация работы отдела управления персоналом в соответствии с функционалом обязанностями сотрудников;
- организация набора персонала в соответствии с планами развития филиала;
- организация ведения кадрового делопроизводства в соответствии с ТК РФ и локальными нормативными актами;
- оценка персонала и формирование кадрового резерва;
- проведение систематического анализа эффективности кадровой политики с использованием всех имеющихся инструментов оценки;
- участие в процессах мотивирования и развития персонала.

Требования:

- высшее образование, желательно психологическое, управление персоналом, юридическое;
- управленческий опыт работы в сфере HR от 3-х лет;
- уверенный пользователь ПК, MS Office, желательно 1С: Зарплата и Управление персоналом;
- ответственность, организованность, обучаемость, умение работать с большим объемом информации, большим количеством задач.

Условия:

- с 09:00 до 18:00, пятидневная рабочая неделя. Командировки на период ввода в должность, совещаний и тренингов;
- корпоративная программа обучения и ввода в должность;

- новейшие технологии работы;
- премия за стаж работы и другие выплаты;
- бесплатные и льготные путевки для сотрудников и членов их семей;
- возможность участия в корпоративных пенсионных программах;
- интересная работа в команде профессионалов.

Тип занятости

Полная занятость, полный день

Раздел 3. Профессиограмма

Примеры профессиограмм можно найти в книге Романовой Е.С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы. – СПб.: Питер, 2008.

Составить профессиограмму необходимо с учетом психограммы, где обязательно указать необходимые не только деловые, но и личностные качества работника этой профессии.

Профессиограмма – это документ, содержащий описание, во-первых, содержания работы по определенной профессии (функции, обязанности, задачи, операции), во-вторых, требований к носителю определенной профессии (профессиональные, деловые, личные качества). Документальной формой профессиограммы могут быть словесное описание, знаковый алгоритм, видеофильм, компьютерная программа.

Психограмма – важнейшая часть профессиограммы – характеристика требований, предъявляемых профессией (специальностью) к психологическим качествам человека. Ее содержание и объем определяются целями профотбора, профобучения, профориентации, перемещения и других элементов кадровой политики.

Для составления психограммы используются следующие источники информации: документы (инструкции, положения, хронометражные таблицы, описания), устные и письменные опросы работников, в том числе анкеты, личные наблюдения. Для сложных профессий: лабораторные и естественные эксперименты, данные «пилотажных» (пробных, целевых) исследований, эргономические исследования на рабочих местах (киноциклография, электроэнцефалография, телехронорефлексометрия) и др.

Появление первых профессиограмм и их использование для отбора кадров, очевидно, следует отнести к началу XX-го века. Именно тогда специалисты автомобильных заводов Форда после анализа содержания

работ и определения соответствующих требований к рабочим пришли к выводу, что некоторые профессии вполне под силу инвалидам.

Различие между взглядами авторов учебных пособий или монографий в том, как лучше описать работу, и какие требования к работнику следует включать в профессиограмму. Например, коллектив известного учебника по управлению персоналом рекомендует выделять в профессиограмме шесть разделов:

1) *профессия* (общие сведения о профессии; изменения, которые произошли с развитием НТП; перспективы развития профессии);

2) *процесс труда* (характеристика процесса труда, сфера деятельности и вид труда, продукция, орудия труда, основные производственные операции и профессиональные обязанности, рабочее место, рабочая поза);

3) *санитарно-гигиенические условия труда* (работа в помещении или на воздухе; шум, вибрация, освещение, температура, режим труда и отдыха; монотонность и темп труда; возможности производственных травм, профзаболеваний: медицинские показания; льготы и компенсации);

4) *психофизиологические требования профессии к работнику* (требования к особенностям восприятия, мышления, внимания, памяти; требования к эмоционально-волевым качествам человека; требования к деловым качествам);

5) *профессиональные знания и навыки* (перечень необходимых знаний, умений и навыков);

6) *требования к подготовке и повышению квалификации кадров* (формы, методы и сроки профессионального обучения, перспектива профессионального роста). [2]

Автор учебного пособия по управлению карьерой С.И. Сотникова считает, что профессиограмма должна иметь следующую структуру:

1) общие положения (профессия, распространенность профессии, отрасль экономики, специальности);

2) подготовка кадров (типы учебных заведений, формы подготовки, продолжительность обучения, условия поступления, уровень полученной квалификации, перспективы профессионально-квалификационного и должностного роста);

3) типовые производственные показатели работы (сфера деятельности и виды труда, типы основных орудий труда, важнейшие производственные операции, виды профессиональных трудностей, ошибок, преобладающие типы деятельности, формы организации труда и характер социальных связей);

4) санитарно-гигиенические условия труда (микrokлиматические условия, режим труда и отдыха, травматизм, профзаболевания, мероприятия по охране труда);

5) медицинские противопоказания;

6) квалификационный профиль (общеобразовательная подготовка, профессиональная подготовка, общий уровень интеллекта, владение словом, владение числом, пространственная ориентация, восприятие формы, моторная координация, склонность к научно-технической деятельности, специфические способности). [3]

Как следует из изложенного выше, профессиограмма отличается от должностной инструкции прежде всего двумя обстоятельствами:

1) в профессиограмме нет упоминаний о правах и ответственности работника, то есть о тех разделах, которые делают должностную инструкцию декларативной;

2) в профессиограмме описываются условия труда на рабочем месте и, в несопоставимо большем объеме, излагаются требования к работнику.

В настоящее время профессиограмма разрабатывается специалистами на основе наблюдения за работником в процессе труда, включая проведение психофизиологических измерений, хронометража, фотографии рабочего времени, построения социометрических матриц взаимодействия работников, анализа информационных потоков. Прежде всего, разработчики профессиограммы руководствуются мнением опытных работников изучаемой профессии и их руководителей.

Высокая трудоемкость и необходимость использования технических средств позволяют отнести профессиограмму к числу дорогих методов описания работы и требований к исполнителю.

Профессиограммы разрабатываются, как правило, на крупных промышленных предприятиях для массовых профессий (например, рабочий-сборщик главного конвейера автомобильного завода). Значительные трудовые и материальные затраты оправдываются повышением эффективности отбора персонала и сокращением текучести.

В последнее время разработкой профессиограмм активно занялись крупные агентства по трудоустройству и подбору персонала. Результаты своих исследований агентства размещают в сети Интернет. Для примера приводится профессиограмма, подготовленная одним из московских агентств по подбору персонала.

ПРОФЕССИОГРАММА ТОРГОВОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ

Содержание и основные операции (действия)

Поиск клиентов, заключение договоров на поставку продукции. Отслеживание в дальнейшем своевременности поставок и оплаты за отгруженную продукцию, проведение инкассации с клиентами. Контакты с лицами, отвечающими за поставки продукции в торговые точки. Оформление сопроводительной документации, еженедельная отчетность о проделанной работе.

Условия и характер труда

Работа строится по территориальному признаку, индивидуальная работа в рамках выделенного района г. Москвы, свободный график работы, рабочий день не регламентирован. Работа связана с постоянным общением, налаживанием деловых контактов, рекламированием продукции.

Критерии эффективности:

1. Объем продаж.
2. Отсутствие жалоб клиентов.
3. Минимизация клиентов-должников.
4. Максимальный охват всех торговых точек, имеющих в районе.

Знания

Знание правил оформления договорной документации, приемов привлечения клиентов, культура ведения переговоров на различных уровнях, культура труда, служебной этики и психологии поведения. Досконально знать продаваемый товар, рынок сбыта данной продукции, а также информацию о товарах и услугах фирмы.

Умения и навыки

Умение находить клиентов, входить в контакт с любыми типами клиентов как непосредственно, так и по телефону, умение анализировать и систематизировать полученную информацию, планировать свою работу. Грамотно использовать жестикуляцию и голос, создавая доверительную атмосферу, поддерживать престиж фирмы. Умение заинтересовать продукцией.

Интересы и склонности

Широкий кругозор, эрудиция, азартность, общительность, достаточный уровень активности поведения, склонность к убеждению и лидерству.

Профессионально важные качества

Коммуникабельность, стрессоустойчивость, бесконфликтность, активность, вежливость, настойчивость в достижении цели, наблюдательность, прекрасная память, выносливость (физическая и моральная), лидерские качества. Аккуратность в одежде. Приятный голос и хорошая дикция. Способность воспринимать и перерабатывать большие объемы информации.

Рекомендуемые методики тестирования при отборе

Тест Айзенка, тест на уровень притязаний, Томаса, КОС и др.

Медицинские противопоказания

Полиартрит, ревматизм, нарушение слуха, зрения, речи, невротические нарушения, атеросклероз, сильные внешние дефекты.

Раздел 4. Индекс хедхантинга

Headhunting – это в переводе с английского обозначает «ловля голов». В России под этим термином, как правило, имеют в виду поиск ключевых специалистов, а точнее заманивание их с помощью всевозможных «соблазнов» из одной фирмы – к конкурентам. Этим промышляют специальные кадровые работники, которые зарабатывают солидные вознаграждения. В обиходе – «хедхантеры», то есть охотники за головами и особые рекрутинговые компании.

В работе необходимо представить данные по индексу хедхантинга (отношение количества резюме к количеству вакансий за последние три года).

Раздел 5. Диапазон заработной платы

Должны быть представлены значения заработных плат, сложившихся на рынке труда рассматриваемого региона, а именно:

- среднее значение;
- медиана;
- мода;
- минимум;
- максимум.

Обзор размера заработной платы
популярных вакансий в **Москве** и Московской области:

Должность	Смотреть вакансии	Предложения работодателей, руб.			Средняя зарплата по базе резюме, руб.
		Мин.	Макс.	Средн.	
<u>Автослесарь</u>		15000	70000	31000	33000
<u>Администратор</u>		8000	75000	27000	27000
<u>Аналитик</u>		20000	100000	46000	29000
<u>Архитектор</u>		15000	150000	54000	50000
<u>Аудитор</u>		25000	80000	66000	50000
<u>Бармен</u>		9000	45000	21000	21000
<u>Бухгалтер</u>		7000	150000	33000	29000
<u>Водитель</u>		8000	200000	37000	40000
<u>Воспитатель</u>		5000	70000	33000	34000
<u>Врач</u>		8000	90000	32000	40000
<u>Геодезист</u>		20000	50000	36000	-
<u>Главный инженер</u>		25000	170000	62000	53000
<u>Грузчик</u>		7000	85000	23000	24000

Должность	Смотреть вакансии	Предложения работодателей, руб.			Средняя зарплата по базе резюме, руб.
		Мин.	Макс.	Средн.	
<u>Дворник</u>		7000	25000	18000	21000
<u>Делопроизводитель</u>		11000	30000	22000	22000
<u>Дизайнер</u>		5000	80000	28000	30000
<u>Директор</u>		12000	200000	58000	66000
<u>Директор по персоналу</u>		20000	120000	54000	120000
<u>Директор по развитию</u>		25000	70000	49000	120000
<u>Диспетчер</u>		5000	45000	21000	24000

Раздел 6. Социальный пакет

Условия соцпакета одни воспринимают как возможность дополнительного отдыха и вечеринок, другие – как заботу компании о своих сотрудниках.

Для того, чтобы точно определить данное понятие, необходимо отделить бонусы, которые дает компания, от ее обязанностей. Понятие социального пакета законодательно не закреплено, тем не менее, в Трудовом Кодексе РФ есть целая глава, посвященная гарантиям и льготам для сотрудников. Отталкиваясь от законодательства, можно определить ряд обязанностей работодателя, таких, как очередной оплачиваемый отпуск или 40-часовая рабочая неделя. Таким образом, если положено обязательное социальное страхование, то нельзя считать оплату больничного листа социальным пакетом.

Вот **основные гарантии**, которые работодатель обязан предоставить работнику:

- оплата больничных листов;
- предоставление очередного оплачиваемого отпуска в размере 28 календарных дней;
 - обязательное социальное страхование (отчисления в пенсионный фонд, сюда же можно отнести уплату подоходного налога);
 - возмещение расходов, связанных с командировками сотрудников (ст. 167–168 ТК РФ);
 - возмещение транспортных расходов сотрудникам, постоянная работа которых имеет разъездной характер (ст. 168.1 ТК РФ);
 - целый ряд гарантий предоставляется сотруднику при исполнении им государственных или общественных обязанностей (сдача донорской крови, участие в судебном разбирательстве в роли присяжного заседателя и прочее) (ст. 170–172 ТК РФ);
 - прочие компенсации и гарантии.

Можно такое объемное понятие социального пакета разделить на три подвида: обязательный, мотивационный и компенсационный.

Обязательный социальный пакет, как понятно из названия, основывается на обязательствах работодателя, возложенных на него государством. Об объеме и порядке их получения можно узнать непосредственно из Трудового Кодекса РФ.

К компенсационному социальному пакету можно отнести меры, которые предпринимает работодатель для возврата личных средств работника, затрачиваемых им во время исполнения должностных обязанностей. Это, например, такие возвратные выплаты, как оплата мобильной связи, компенсация бензина и амортизации при использовании личного автомобиля, оплата/покупка жилья для работника, место работы которого находится в другом населенном пункте, возврат части или 100% затрат на обучение и т.д. – в зависимости от уровня компании.

Третий вид – **мотивационный пакет**. По сути, это то, что и является конкурирующим фактором среди разнообразных предложений о работе. Это все дополнительные блага, которые работодатель предоставляет сотрудникам по своей инициативе и за свой счет. Сюда можно отнести и медицинскую страховку, и корпоративный транспорт, и обучение сотрудников.

Мотивационный пакет для понятности предлагаю также разделить на три условных блока: забота о здоровье, развитие корпоративной культуры, отдых и развлечения.

К заботе о **здоровье** сотрудников, безусловно, можно отнести медицинскую страховку. В зависимости от возможностей компании, данная услуга может предоставляться только сотруднику или сотруднику

и членам его семьи. Также программы могут отличаться по насыщенности услуг и стоимости.

Предложения, направленные на **развитие корпоративной культуры**, чаще всего подразумевают под собой наличие системы премий, выделение и награждение сотрудников ценными подарками, присвоение разнообразных грейдов и воздание почестей. Данные меры способствуют росту производительности труда сотрудников и поддерживают здоровый интерес к труду. Достаточно крупные компании предлагают сотрудникам пенсионное обеспечение, что располагает сотрудников к долгосрочному сотрудничеству работника и работодателя.

Организация **отдыха и досуга** сотрудников помогает убить сразу двух зайцев: сплачивает коллектив и помогает восполнить силы сотрудников после периода плодотворной работы. Очевидно, что к этому блоку можно отнести корпоративные мероприятия, походы в театр или кино, пикники и экскурсии.

Обучение за счет работодателя тоже принимает разные формы. Это может быть предоставление беспроцентного кредита на обучение, частичная оплата обучения, оплата семинаров и курсов.

Раздел 7. Условия труда

Условия труда – это составляющие внешней среды (факторы среды), окружающей работника. Факторы среды образуют три группы:

- физические (температура воздуха, шум, вибрация и др.);
- химические (токсические вещества, пыль и др.);
- биологические, (инерция и др.).

С позиции безопасности труда различают допустимый уровень этих факторов, который устанавливается специальными нормами. Создание разнопланового производственного климата, который способствует эффективному труду, зависит: во-первых, от природных условий (климата, времени года и т. д.); во-вторых, от технологического процесса и, наконец, от самих работников.

Технологический процесс производства оказывает решающее влияние на условия труда. Так, в «горячем» цехе складываются наиболее тяжелые условия труда, требующие более сложных мер нормализации. Источниками профессионального вреда могут быть не только особенности технологии, но и нарушения в организации труда и несоблюдение его санитарных норм.

Факторы среды оказывают влияние на работоспособность человека и состояние его здоровья. Целью научной организации труда является снижение степени опасного влияния условий труда на человеческий ор-

ганизм и создание удобных и комфортных условий. Решение этих вопросов связано с установлением контроля за соблюдением соответствующих нормативов, регулирующих условия труда, а также с разработкой и реализацией мер защиты от неблагоприятного и вредного воздействия внешней среды.

К физическим факторам внешней среды относят:

- температуру, влажность, запыленность и загрязненность воздуха;
- производственный шум и вибрации;
- освещенность и окраску помещений, средств и предметов труда;
- степень безопасности труда, и др.

Температура воздуха заметно влияет на работоспособность человека. Источниками выделения тепла являются не только средства производства (машины, оборудование, технологический процесс), но и сами люди.

Согласно данным физиологии труда, основу жизнедеятельности человека составляет обмен веществ, который необходим для поддержания постоянства внутренней среды человеческого организма. Жизнедеятельность человека – это непрерывное расходование и потребление энергии. Тяжесть труда оказывает непосредственное влияние на расходование энергии:

Уровень тяжести	Расход энергии, ккал
I уровень – малая мышечная работа	2200–2600
II уровень – работа умеренной тяжести	2800–3400
III уровень – тяжелая работа	3600–4000
IV уровень – очень тяжелая работа	4200–6000 и выше

Считается, что верхней допустимой границей расхода энергии в сутки являются 4800 ккал, однако такой расход энергии возможен лишь на очень короткий период времени. При длительном расходе энергии такого уровня возникает опасность для здоровья человека, возможны профессиональные заболевания.

Нормальной считается температура воздуха: для физической работы – 10–16 °С, для умеренно физической работы – 18–23 °С. При тяжелом физическом труде допустима температура воздуха 12–16 °С. Санитарная норма температуры воздуха дифференцируется с учётом сезона (времени года), климатических зон, преобладания лучистого и конвекционного тепла, интенсивности облучения.

Создание комфортного микроклимата на рабочем месте достигается с помощью устройства вентиляции, воздушного душа, установки



кондиционеров, а также других технических средств защиты от холода и тепла, например, с использованием теплоизоляционных материалов.

Организм человека подвержен влиянию различных физических свойств воздушной среды, таких, как конвекция, испарение и излучение. Эти показатели физических свойств воздушной среды усиливают свое воздействие под влиянием повышения влажности и скорости движения воздуха. Влажный воздух усиливает интенсивность отдачи тепла организмом, так как обладает большой теплопроводностью. Для нормального состояния воздушной среды относительная влажность воздуха должна быть в пределах 30–60%. Для нормализации влажности и скорости движения воздуха в закрытых помещениях разработан комплекс специальных мер организационно-технического характера.

Отрицательно влияет на организм человека загрязнение воздушной среды в рабочих помещениях. Загрязнение воздушной среды происходит за счет образования при выполнении некоторых видов труда аэрозолей, т. е. взвешенных в воздухе частиц твердого или жидкого вещества как последствия процесса горения или плавления. Загрязнение воздуха происходит за счет пыли, которая может быть органической, неорганической, радиационной, смешанной. Органическая пыль образуется из остатков веществ растительного и животного происхождения, а неорганическая – из металлов и минеральных веществ. Пыль оказывает вредное воздействие на органы дыхания, зрения и кожный покров. Активность пыли зависит от размеров ее частиц: чем мельче частицы, тем дольше они держатся в воздухе и представляют большую опасность для организма. Опасно наличие не только взвешенных частиц пыли в воздухе, но и химических веществ. Поэтому для поддержания нормального состояния воздушной среды помещений нужны меры по очищению воздуха. С этой целью применяются более совершенные технологии производства, ведется работа по ограничению поступления загрязняющих веществ в среду обитания, внедряется строгий контроль за предельно допустимыми концентрациями (ПДК) веществ в воздухе, усовершенствуются рабочие инструменты, внедряются средства коллективной и индивидуальной защиты работников.

На работоспособность человека отрицательно влияют шум и вибрация. Шум создается воздействием на органы слуха хаотических звуков различной частоты и беспорядочным сочетанием тонов. Шум заглушает сигналы, сопровождающие трудовой процесс, затрудняет восприятие речи, маскирует опасность, мешает наблюдениям за работой машин и оборудования. В результате у работника снижается слуховая чувствительность, развивается тугоухость, т. е. происходит стойкое патологическое изменение слухового аппарата. Соответственно снижается внимание работника и утомляется его вестибулярный аппарат.

Интенсивность шума измеряется в децибелах (дБ), а его частота – в герцах (Гц). Шум классифицируется следующим образом:

№ п/п	Степень напряженности	Громкость, дБ	Частота, Гц
1	Нормальный	65–75	30
2	Повышенный	75–88	800
3	Высокий	88–100	800–1000
4	Очень высокий	105–150	1200–1500
5	Максимальный	Более 150	Более 1500

По частоте различают: низкочастотные шумы (ниже 350 Гц), среднечастотные (350–800 Гц) и высокочастотные (выше 800 Гц).

Вибрация – это механическое колебание, имеющее одинаковую с шумом природу. Различают общую и местную вибрацию. При местной вибрации раздражаются специальные воспринимающие органы – рецепторы вибрационной чувствительности. Отрицательное влияние вибрации на работоспособность человека связано со значительным расходом нервной энергии, нарушением нормального состояния процессов возбуждения и торможения. Вибрация является причиной утомления и может привести к расстройству нервной системы. При высоких параметрах вибрации (частоты и амплитуды) возможно повышение артериального давления, снижение выносливости мышц и замедление двигательных реакций человека.

Для устранения вредного влияния шума и вибрации необходимы постоянный контроль за их уровнями на рабочих местах и соответствующие меры защиты. В качестве мер защиты применяются технологические, конструкторские разработки с использованием различных изоляторов.

Немаловажным фактором, оказывающим воздействие на человека, является свет. Рефлекторно свет для человека связан с периодом его бодрствования. Утомление зрительного нерва в результате недостаточной освещенности вызывает общее утомление организма. Качество освещения зависит от источников света и равномерности. Источником света наряду с естественным (солнцем) могут быть средства искусственного освещения – лампы накаливания и люминесцентные лампы. Для выполнения конкретных работ имеет значение направление светового потока на рабочее место: сверху, снизу или сбоку.

Оптимальный уровень освещенности находится в пределах 1000–2000 лк. Основными требованиями к рациональному освещению являются:

- достаточный его уровень;
- равномерность;
- правильный выбор направления света;

- отсутствие теней, особенно движущихся;
- защита от слепящего действия источников света;
- обеспечение необходимого спектрального состава света (для отдельных видов работ).

Большое значение для создания благоприятных условий труда имеет цветовая гамма окраски помещения и средств труда. Цвет может оказывать на работника как положительное (лечебное), так и отрицательное воздействие, вызывающее угнетение психофизиологических функций.

Цвета могут быть теплыми и холодными, и именно с этими качествами цвета связано их влияние на человека. Исследованиями установлено:

- красный цвет повышает давление, активизирует иммунитет человека, но в больших дозах может вызвать невроз;
- оранжевый цвет способствует укреплению легочной ткани;
- желтый цвет укрепляет нервную систему, улучшает пищеварение;
- зеленый цвет способствует росту клеток и регенерации тканей;
- синий цвет способствует восстановлению нервной системы, но в больших дозах может привести к рассеиванию внимания.

Названные выше факторы среды, или, другими словами, условия труда, требуют внимательного отношения и соответствующего регулирования в целях сохранения работоспособности человека и стабильно высокого уровня производительности труда.

Администрация предприятия обязана обеспечивать работникам здоровые и безопасные условия труда. Для этого внедряются современные средства техники безопасности, предупреждающие производственный травматизм, и обеспечиваются санитарно-гигиенические условия, предотвращающие профессиональные заболевания. В этой работе ориентиром должны служить межотраслевые и отраслевые правила по охране труда, санитарные правила и нормы.

В настоящее время в России заметно снизилось внимание к условиям труда, да и контроль за их состоянием. По данным специальных исследований, в последние годы в стране число работающих в неблагоприятных условиях труда достигло примерно 6 млн. человек. Это работники почти 200 массовых профессий, занятые в текстильной и металлургической промышленности, топливно-энергетическом комплексе и автомобилестроении. Из года в год ухудшаются и требуют серьезных мер условия труда в торговле и бытовом обслуживании.

В критическом положении находится охрана труда и окружающей среды. Особенно тяжелое положение складывается в промышленности, строительстве и на транспорте. Предполагается, что на предприятиях

частного сектора доля работников, занятых на рабочих местах с неблагоприятной производственной средой, тяжелым физическим и интенсивным трудом, составит 80%. Нужны меры не только текущего, но и опережающего характера по нормализации условий труда как на уровне государства, так и на уровне отдельного предприятия.

Раздел 8. Развитие профессии

В этом разделе контрольной работы необходимо отразить основные тенденции в развитии профессии в XXI веке. Рассмотрим это на примере такой профессии, как ассистент руководителя.

Десять ведущих тенденций в развитии профессии ассистента (помощника) руководителя

1. Многофункциональность и гибкость

Настоящая универсальность оценивается руководителями как готовность делать все: от приготовления чашки кофе до принятия решений. В то же время при сохранении традиционных функций от современного ассистента ожидается качественно новый уровень их выполнения. Вспомним:

Уровень технического секретаря	Уровень ассистента
Отвечать на телефонные звонки	Создавать «телефонный имидж» компании и руководителя; самостоятельно принимать решения по обработке и завершению звонков; действовать как коммуникационный центр подразделения
Встречать посетителей	Управлять потоком посетителей; вести расписание деловых встреч руководителя; обеспечивать посетителям и клиентам прием и обслуживание, превосходящие их ожидания
Печатать письма	Создавать электронные шаблоны писем по определенной тематике; составлять деловые письма, ориентированные на конечный результат
Копировать материалы	Собирать, анализировать и обрабатывать информацию
Заказывать канцтовары	Анализировать рынок, предлагать и рекомендовать, вести переговоры с поставщиками, утверждать финансовые расходы
Сортировать документы	Создавать систему хранения и поиска документов и управлять ею

Многофункциональность необходима еще по одной причине. В наше время часто происходят такие события, как слияние компаний и сокращение штатов. То и другое неизбежно влечет за собой перераспределение обязанностей. Те, кто обладает дополнительными знаниями и умениями, будут иметь гораздо больше шансов не только остаться в числе сотрудников компании, но и занять более высокую позицию.

Сегодняшние ассистенты должны быть универсальными и гибкими одновременно. Гибкость означает способность оперативно «переключать рычаги» и адаптироваться к быстро меняющимся условиям деловой среды.

2. Специализация

Деятельность административных специалистов становится все более сложной и специализированной. От ассистентов все больше требуются профильная подготовка и специальные знания в тех областях, в которых работают их руководители.

Здесь речь не идет об обязательном профильном высшем образовании, а пока только о специализированной подготовленности в рамках краткосрочного внешнего и внутреннего обучения. Однако еще в 2004 г. Департамент труда США сообщил о том, что уже 25% административных специалистов занимали позиции, требующие специализации. По прогнозам Департамента, к 2014 году ожидается, что большинство административных позиций будут профильными.

3. Интеллектуальная компетентность

Профессиональная компетентность требовалась всегда. Но в XXI веке это понятие приобретает более широкий смысл в связи с тем, что экономика переходит с уровня, основанного на умениях (skills-based), на уровень, основанный на знаниях (knowledge-based).

Не так давно известная рекрутинговая компания Manpower провела опрос 33 тысяч работодателей из 23 стран по проблемам заполнения вакантных позиций, связанным с недостатком интеллектуальной компетентности. В списке позиций, наиболее трудных для заполнения, административные специалисты заняли шестое место, следуя за торговыми представителями, инженерами и бухгалтерами. А знаете, кто был на седьмом? Ни за что не догадаетесь. Водители!

Независимо от специализации, от современных ассистентов руководителей требуется целый комплекс знаний и умений в различных областях, включая технологии, человеческие ресурсы и бизнес-процессы.

В двадцать первом веке важны знания, серьезные, актуальные, постоянно обновляемые, а не просто рабочие навыки.

В наши дни информация устаревает очень быстро, за несколько месяцев, а иногда даже дней. Несколько советов для того, чтобы идти в ногу со временем:

- общайтесь со специалистами из других областей, с людьми более высокого профессионального уровня;
- посещайте тренинги и семинары для менеджеров, даже если вы там поймете не все;
- больше читайте.

4. Совмещение

Речь идет о работе для нескольких руководителей: «две в одной», «три в одной» и так далее. Знакомая картина, не правда ли? Согласно результатам недавних исследований около 50% ассистентов поддерживают трех и более менеджеров. Здесь нужно понимать, что поддержка нескольких руководителей одновременно будет скорее общей административной, чем непрофильной.

Конкретное соотношение между управляющим звеном (руководители) и поддержкой (ассистенты) зависит от многих факторов: объема работы, характера задач, индивидуального стиля работы руководителя, финансовой политики компании. В то же время тенденция «один топ-менеджер – один ассистент» сохраняется.

5. Управляющий статус

Тенденция перехода традиционных помощников на более высокий управляющий уровень сохранится и будет укрепляться.

В XXI веке помощники должны быть способными не только помогать своим руководителям в повседневных делах, но и взять на себя часть их работы, достойно представлять своих руководителей в их отсутствие, быть профессиональными «управляющими делами». В связи с новыми особенностями, уровнем сложности и ответственности, появился и новый термин, отражающий новую суть, – «управляющий ассистент».

Управляющий ассистент – это человек, осуществляющий УПРАВЛЕНИЕ рабочими процессами, а не просто участвующий в них.

Уровень управляющего ассистента, помимо традиционных обязанностей, предполагает выполнение качественно новых функций, присущих скорее менеджерам, чем исполнителям. Например: планирование, анализ, координирование, принятие решений.

6. Управление информацией и знаниями

Ассистенты будут представлять собой жизненно важное звено в управлении информационными потоками между различными группами делового сообщества (сотрудниками, проектными командами, организациями и отдельными представителями).

В век информационных технологий все актуальнее становятся следующие задачи:

- большой объем создания и передачи информации;
- электронный способ хранения информации;
- удовлетворение растущих потребностей в оперативном поиске необходимых данных;
- необходимость создания системы хранения и распространения внутренней корпоративной информации среди сотрудников.

В связи с этим от современного ассистента требуется выполнение новой роли «управляющего библиотекой знаний». Эта роль предполагает умение поиска, доступа и использования информации с применением современных компьютерных технологий, а также умение организовать информацию в формате, удобном и эффективном для хранения.

Управление знаниями имеет и другой аспект, отражающий современные особенности бизнеса: управление идеями, а не только ресурсами.

7. Управление коммуникациями

Офисы станут более мобильными и высокотехнологичными (так называемый тип «plug and play») и не обязательно будут располагаться в едином и постоянном физическом пространстве:

сотрудники одной компании будут работать в разных географических регионах, что потребует от администраторов более высокого уровня владения всеми средствами коммуникации.

Современный ассистент действует как мощный коммуникационный узел, в котором сходятся все информационные потоки от сотрудников, часто работающих вне офиса, и сторонних организаций. Ассистент связывает воедино все удаленные вовлеченные стороны. Двадцать первый век – это век технологий, поэтому одних только личных качеств для обеспечения эффективной коммуникации недостаточно. Абсолютно необходимо владение современными компьютерными технологиями и средствами связи.

8. Компьютерная компетентность

Компьютерные навыки по праву называют умениями будущего. «До недавнего времени администраторы были чуть ли не единственными сотрудниками в офисе, кто знал, как работает офисная оргтехника

и как готовить документ на компьютере», – сказала Патрисия Джан, административный помощник консалтинговой фирмы Carlson Dettman Associates.

Теперь многие руководители знают и используют прикладные программы, и только единицы просят своих ассистентов напечатать за них документ на компьютере. Это означает, что ассистенты должны превосходить своих руководителей во владении компьютерной техникой. Кроме подготовки документов и презентаций администраторы должны уметь организовывать виртуальные конференции, создавать базы данных и веб-сайты, работать с программами управления проектами, с настольными издательскими системами и многое другое.

9. Рабочее партнерство

«Приходилось ли вам время от времени испытывать чувство, что вы и ваш менеджер летите на разных высотах и в разных самолетах?». Такую аналогию провела Эрин О'Хара Мейер, президент консалтинговой компании Administrative Excellence, Inc. Другими словами, в случае отсутствия взаимопонимания, разницы в ожиданиях и несовпадения видения одной и той же ситуации, как у руководителей, так и их ассистентов, возникает ощущение неудовлетворенности совместным сотрудничеством – одно место назначения, но разные самолеты, разные направления.

«Руководитель – ассистент» – это экипаж одного самолета. Это мини-организация, от уровня взаимодействия в которой во многом зависит общий корпоративный успех компании в целом, особенно если речь идет о первом лице и его ассистенте. Да, руководитель и ассистент выполняют разные текущие задачи, но конечные цели у них общие, поэтому «маршрут движения» должен быть один и тот же и действовать они должны как единый «экипаж». Кто есть кто в этом экипаже?

В привычном представлении многих руководитель – это тот, кто, извините за тавтологию, руководит и дает указания, а ассистент – это тот, кто подчиняется и выполняет. Новый взгляд на уровень и характер взаимодействия руководителя и его ассистента заключается в том, что это не просто два человека, рабочие места которых находятся рядом и один из которых только выполняет инструкции другого. Оба понимают, что, действуя вместе как партнеры, они могут достичь цели быстрее и лучше, чем в одиночку.

Рабочее партнерство (или «Команда двух») – это новый формат взаимодействия между руководителем и его ассистентом, в котором обе стороны объединяют свои знания, умения и ресурсы для достижения общих целей.

10. Предпринимательское мышление

В XXI веке от ассистентов ожидается предпринимательский подход к выполняемой работе, предполагающий ориентацию на развитие бизнеса, инициативу, инновационное мышление, умение планировать, анализировать, вести переговоры и управлять бюджетом.

Каждый руководитель счастлив по-своему, каждый руководитель ищет ассистента, подходящего именно ему. И все же есть нечто, что объединяет всех наших руководителей: это время, в котором они живут, это деловая среда, которая диктует свои правила игры, общие для всех участников. И эти правила игры для руководителей неизбежно отражаются на требованиях, предъявляемых к ассистентам как к группе поддержки. Несмотря на многообразие ситуаций, связанных с личностными особенностями руководителей, а также с внутренней корпоративной спецификой, профессия ассистента стратегически развивается по вполне определенным направлениям. Понимание современных тенденций и своевременное овладение необходимыми навыками и умениями позволит вам:

- подняться на действительно «управляющий» уровень;
- идти в ногу со временем (иногда даже опережая его);
- реализовывать свои карьерные устремления;
- помогать своим руководителям быть успешными в современном, динамичном и высокотехнологичном мире.

5. ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ КОНТРОЛЬ

Вопросы для подготовки к зачету

1. Российский рынок труда и тенденции его развития.
2. Товар «рабочая сила» и его особенности.
3. Понятие рынка труда и его виды (по территории, отрасли, профессии).
4. Понятие маркетинга персонала: как философия бизнеса, как методология исследования рынка труда, как система формирования спроса и предложения рабочей силы, как система управления рыночной ориентацией предприятия.
5. Виды маркетинга персонала.
6. Концепции маркетинга персонала: концепция формирования профессиональной рабочей силы, концепция человеческого капитала, концепция продвижения товара «рабочая сила», ценовая концепция, концепция традиционного маркетинга, концепция социальных предпочтений, концепция внутриорганизационного маркетинга, концепция самореализации личности.
7. Основные принципы маркетинга.
8. Методы проведения маркетинговых исследований рынка труда.
9. Стадии проведения маркетинговых исследований рынка труда.
10. Комплекс маркетинговых проблем и проблемных блоков.
11. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности на рынке труда.
12. Основные направления маркетинговых исследований на рынке труда.
13. Выборочный метод сбора информации на рынке труда.
14. Количественная и качественная репрезентативность выборки.
15. Профессиографический метод анализа рабочего места.
16. Классификация факторов сегментации рынка труда по географическим, демографическим, экономическим признакам.
17. Выбор целевых сегментов рынка труда.
18. Массовый, дифференцированный, концентрированный маркетинг.
19. Прогнозирование потребности предприятия в персонале.
20. Методы определения потребности в персонале (экстраполяция, метод отношения, метод экспертных оценок, компьютерные модели).
21. Определение количественной потребности в персонале: нормативный метод, метод Розенкранца, метод микроэлементного нормирования.



22. Статистические методы прогнозирования потребности в персонале.
23. Конкурентоспособность на рынке труда.
24. Система коммуникаций в маркетинге персонала.
25. Способы трудоустройства.
26. Три модели политики стимулирования занятости персонала (американская, скандинавская, европейская).
27. Организация рекламы субъектов рынка рабочей силы: реклама работодателя, посредника, самореклама.
28. Критерии оценки эффективности рекламных посланий.
29. Правило AIDAC.
30. Характеристика международных региональных рынков труда.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Литература обязательная

1. Алехина Г.А. Национальные модели занятости и рынок рабочих мест / Г.А. Алехина. – Томск: Изд-во ТГУ, 2008. – 173 с.
2. Багиев Г.Л. Основы маркетинговых исследований: учеб. пособие / Г.Л. Багиев, И.А. Аренков. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2009.
3. Багиев Г.Л. Основы современного маркетинга: учеб.-наглядное пособие / Г.Л. Багиев, И.А. Аренков. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2008.
4. Багиев Г.Л. Маркетинг и культура предпринимательства / Г.Л. Багиев, В.В. Томилов, З.А. Чернышева. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2008.
5. Богданова Е.Л. Маркетинговая концепция организации персонал-менеджмента и конкурентоспособной рабочей силы. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2008.
6. Гильденгерш М.Г. Безработица в России: сущность, формы, социальные последствия в условиях перехода к рынку. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2008.
7. Захаров, Д. Внешняя среда и маркетинг персонала / Д. Захаров // Служба кадров: Ежемесячный журнал. – 2009. – № 7. – С. 33–35.
8. Киян Л.П. Маркетинг рынка труда / Центр информ. и соц.-эконом. исследования. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2009.
9. Кошечков А. Рынок труда в России: проблемы формирования и регулирования. – М.: Наука, 2009.



6.2. Литература дополнительная

10. Богданова Е.Л. Маркетинговая концепция организации персонал-менеджмента и конкурентоспособной рабочей силы. – М.: Прогресс-Академия, 2007.

11. Галенко В.П. Управление персоналом и эффективность предприятий. – СПб.: СПбУЭФ, 2006. – 245 с.

12. Киян Л.П. Маркетинг рынка труда / Центр информ. и соц.-эконом. исследования. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2005.

13. Кошечков А. Рынок труда в России: проблемы формирования и регулирования. – М.: Наука, 2006.

14. Лисовик Б.С. Труд и рынок. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2001.

15. Маслова И.С. Российский рынок труда на современном этапе: тенденции, специфика условий формирования, противоречия, принципы регулирования: препр. докл. / Ин-т РАН. Сектор рынка труда и мотивации занятости. – М.: ИЭ, 2002.

16. Нестандартная занятость в российской экономике / Государственный университет «Высшая школа экономики»; под ред. В. Е. Гимпельсона, Р. И. Капелюшниковой. – М.: Изд-во. ГУ ВШЭ, 2006. – 400 с.

17. Павленков В.А. Рынок труда. – М.: Страх. об-во «Анжел», 2002.

18. Проблемы трудовых ресурсов России: Социально-экономическое исследование. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 2006.

19. Роцин С.Ю. Выбор каналов поиска работы на российском рынке труда: Научный доклад № 04/05 / С.Ю. Роцин, К.В. Маркова. – М.: EERC, 2004. – 68 с.

20. Саруханов Э.Э. Маркетинг рабочей силы: социально-экономический анализ / Э.Э. Саруханов, С.И. Сотникова. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2005.

21. Скоробогатова Т. Маркетинговое исследование рынка труда и зарплаты в работе кадровика // Кадровик.ру. – 2011. – №7. – С. 74–78.

22. Токарский Б.Л. Формирование рынка рабочей силы в крупных промышленных центрах. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2004.

23. Чернина Н. Зарубежный опыт изучения рынка труда. – Новосибирск: ИЭ и ОПП, 2009.



Учебное издание

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

Рабочая программа, методические указания и контрольные задания

Составитель

КРИНИЦЫНА Зоя Васильевна

Рецензент

*кандидат философских наук,
доцент кафедры менеджмента ИЭФ*

Е.В. Михальченко

Редактор С.В. Ульянова

Компьютерная верстка О.В. Нарожная

**Отпечатано в Издательстве ТПУ в полном соответствии
с качеством предоставленного оригинал-макета**

Подписано к печати . Формат 60×84/16. Бумага «Снегурочка».

Печать Хегох. Усл.печ.л. . Уч.-изд.л. .


Заказ . Тираж экз.



Национальный исследовательский Томский политехнический университет
Система менеджмента качества

Издательства Томского политехнического университета сертифицирована
NATIONAL QUALITY ASSURANCE по стандарту BS EN ISO 9001:2008



ИЗДАТЕЛЬСТВО  **ТПУ**. 634050, г. Томск, пр. Ленина, 30.
Тел./факс: 8(3822)56-35-35, www.tpu.ru

