



П.Ю. Макаров, А.А. Чуб

БРЕНДИНГ РАБОТОДАТЕЛЯ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА

Москва 2018

УДК 659(075.8)
ББК 76.006.5я73

Рецензенты:

Полевая Марина Владимировна – д.э.н., заведующая кафедрой «Управление персоналом и психология» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
Тесленко Ирина Борисовна – д.э.н., заведующая кафедрой «Бизнес информатика и экономика» Владимирского государственного университета имени А.Г. и Н.Г. Столетовых
Ситнова Инна Алексеевна – д.э.н., заведующая кафедрой менеджмента и экономической теории факультета экономики и права Сибайского института (филиала) Башкирского государственного университета

Макаров П.Ю., Чуб А.А. Бренддинг работодателя в системе маркетинга персонала:
учебное пособие – М.: СВИБТ, 2018. – 92 с.

ISBN 978-5-4362-0066-8

Учебное пособие раскрывает вопросы роли и значения бренддинга работодателя в системе маркетинга персонала, рассматриваемые в рамках таких дисциплин как, «Управление человеческими ресурсами», «Управление персоналом», «Маркетинг персонала».

Авторами выделено два уровня рассмотрения проблем бренддинга работодателя в системе маркетинга персонала, представленных в двух частях пособия и охватывающих теоретико-методологические и организационно-методические аспекты. После каждой темы в пособии представлен дидактический материал в форме вопросов, заданий, упражнений для контроля и самопроверки.

Учебное пособие предназначено для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям подготовки «Управление персоналом» и «Менеджмент», аспирантов по специальности «Экономика и управление народным хозяйством», а также руководителей и специалистов по управлению персоналом, стремящихся самостоятельно разобраться в вопросах роли бренддинга работодателя в системе маркетинга персонала.

ISBN 978-5-4362-0066-8

© Макаров П.Ю., Чуб А.А., 2018
© Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2018
© СВИБТ, 2018

Содержание

Введение.....	4
ЧАСТЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БРЕНДИНГА РАБОТОДАТЕЛЯ	6
ГЛАВА 1. БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	6
1.1. Понятие бренда работодателя	6
1.2. Бренд работодателя как часть корпоративного бренда.....	9
1.3. Роль бренда работодателя в управлении персоналом.....	15
ГЛАВА 2. ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЯ И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ БРЕНДА	23
2.1. Содержание и структура ценностного предложения работодателя	23
2.2. Целевая аудитория ценностного предложения работодателя	27
2.3. Инструменты разработки ценностного предложения работодателя	30
ЧАСТЬ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ БРЕНДИНГА РАБОТОДАТЕЛЯ..	41
ГЛАВА 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ РАЗРАБОТКИ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ.....	41
3.1. Признаки потребности в бренде работодателя	41
3.2. Распределение ответственности за брендинг работодателя.....	42
ГЛАВА 4. СОДЕРЖАНИЕ РАБОТ ПО БРЕНДИНГУ РАБОТОДАТЕЛЯ	53
4.1. Направления и этапы работ по брендингу работодателя	53
4.2. Предварительная подготовка к разработке бренда работодателя.....	60
4.3. Типичные проблемы брендинга работодателя.....	63
ГЛАВА 5. КОММУНИКАЦИИ И КОНТРОЛЬ В БРЕНДИНГЕ РАБОТОДАТЕЛЯ	69
5.1. Коммуникации в брендинге работодателя.....	69
5.2. Контроль брендинга работодателя.....	72
Библиографический список	81
Проверочный тест	83

Брендинг работодателя в системе маркетинга персонала

П.Ю. Макаров, А.А. Чуб

Учебное пособие

Техническое редактирование и компьютерная верстка

Чуб А.А.

Подписано в печать 05.09.2018. , Печ. л. 5,75.

Тираж 500 экз.

Печать офсетная, бумага.

Отпечатано на оборудовании
ООО «КОПИМАСТЕРЦЕНТР»

Заказ № 0118-02461

Издательская группа «СВИВТ»

143960, Московская область, Реутов, ул. Победы, д. 9, офис 218