

Аннотация дисциплины

Маркетинг взаимоотношений

Цель дисциплины:

Ознакомить студентов с основными подходами к определению понятия «маркетинг взаимоотношений», принципам его построения, уровням и видам. Сформировать у студентов представление о технологиях маркетинга персонала и его основных инструментах. Усвоение студентами теоретических основ функционирования рынка труда. Уяснение специфики маркетинговых исследований рынка труда. Уяснение особенностей маркетинга взаимоотношений как вида управленческой деятельности.

Краткое содержание:

Маркетинг взаимоотношений: подходы к определению, принципы, уровни и виды. Технология маркетинга персонала. Инструменты маркетинга персонала. Разработка качественных требований к персоналу. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом. Маркетинговые исследования рынка труда. Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации.