Приложение 6.

 **Рекламно-техническое описание**

**научно-методического произведения**

**в формате**

 **учебного пособия «Маркетинг персонала»**

*/ С.П. Азарова, С.Л. Балова, Р.К. Крайнева [и др.], под ред. И.А.  Фирсовой, Р.К. Крайневой. — М.: Прометей, 2022. — 270 с.*

разработано в рамках служебного задания на 2020-2021 учебный год для учебно-методического обеспечения учебных дисциплин «Маркетинг персонала», «Управление маркетингом» для бакалавров по направлению подготовки «Управление персоналом»

Сведения об авторах:

**Редакторы:**

|  |  |
| --- | --- |
| http://www.fa.ru/chair/mark/pps/PublishingImages/Firsova.jpg | **Фирсова Ирина Анатольевна** Профессор департамента логистики и маркетинга Доктор экономических наук, доцентАдрес: 129164, г. Москва, ул. Кабальчича, д. 1, каб. 1001.Тел.: +7 (926) 723-06-71Эл. адрес: ifirsova@fa.ru |

|  |  |
| --- | --- |
| http://www.fa.ru/my/User%20Photos/Profile%20Pictures/temp_ABB55201rkkrajneva_LThumb.jpg | **крайнева Раиса Канафиевна**Доцент департамента логистики и маркетинга, Кандидат экономических наук, доцентАдрес: 129164, г. Москва, ул. Кабальчича, д. 1, каб. 1001.Тел.: +7 (927) 217-92-41Эл. адрес: rkkrajneva@fa.ru |

**Авторский коллектив:**

**Азарова Светлана Петровна**  — к.э.н., доцент Департамента логистики и маркетинга Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

**Балова Сюзана Людиновна** — к.э.н., доцент Департамента логистики и маркетинга Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

**Коровушкина Марина Владимировна** – старший преподаватель Департамента иностранных языков и межкультурной коммуникации факультета международных экономических отношений, Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

**Крайнева Раиса Канафиевна**  — к.э.н., доцент Департамента логистики и маркетинга Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

**Лозик Нина Федоровна** – доцент Департамента логистики и маркетинга, к.э.н., доцент, Факультет экономики и бизнеса, Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

**Пономарева Марина Александровна** – доцент Департамента логистики и маркетинга, к.э.н., доцент, Факультет экономики и бизнеса, Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

***Солдатова Наталья Федоровна*** – доцент Департамента логистики и маркетинга, к.э.н., доцент, Факультет экономики и бизнеса, Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

**Фирсова Ирина Анатольевна**  — д.э.н., профессор Департамента логистики и маркетинга Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

**Швандар Дарья Владимировна** – заместитель руководителя Департамента логистики и маркетинга, к.э.н., доцент, Факультет экономики и бизнеса, Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

***Информация о учебном пособии и научно-методическом заделе***.

Представленное учебное пособие раскрывает особенности маркетинга персонала, подходы к определению «маркетинг персонала», определена система требований, предъявляемых к сотруднику работодателем, и технологии анализа и контроля в распределении трудовых ресурсов; раскрыты понятия «имидж организации» и «персональный имидж работника» и предложены примеры оценки имиджа; представлен стратегический HR-менеджмент, который определяет направления развития стратегического маркетинга в работе с персоналом, раскрываются ценности потребителя в управлении маркетинга персонала.

Может представлять интерес для ученых, исследующих рынок труда, специалистов государственной службы занятости, кадровых агентств, компаний. Целесообразно применение книги в системе дополнительного профессионального образования для специалистов по работе с персоналом и менеджеров по HR-маркетингу.

***Степень готовности к изданию и применению в образовательном процесс.***

Учебное пособие издано в издательстве «Прометей», проиндексирована в РИНЦ и передана в библиотеку Финуниверситета.

Выходные данные:

М

**Маркетинг персонала:** Учебное пособие / Азарова С.П., Бандуристова О.В., Балова С.Л. [и др.]; под ред. Фирсовой И.А., Крайневой Р.К. – М.: Прометей, 2022. –270 с.

ISBN 978-5-00172-389-9

***Новизна монографии, отличие от аналогов***.

Существенным отличием учебного пособия от других аналогов является широкий спектр рассматриваемых разделов. В учебном издании представлены семь разделов: первый раздел посвящен раскрытию сущности, подходам, принципам и уровням маркетинга персонала, во втором разделе предложена технология маркетинга персонала на рынке труда, третий раздел направлен на изучение инструментов маркетинга персонала, в четвертом разделе раскрыты информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала, пятый раздел раскрывает особенности имиджа организации и его использование в маркетинге персонала, шестой раздел посвящен стратегическому HR-менеджменту и седьмой раздел раскрывает нормативные особенности законодательства в области маркетинга персонала.

***Технологические преимущества.***

Цифровизация, охватившая различные отрасли сферы услуг, стимулирует научный поиск новых технологий, применимых и в маркетинговой деятельности сервисных организаций. В учебном пособии представлены разнообразные подходы к рассмотрению технологической основы маркетинга персонала услуг в условиях информатизации общества.

***Экономические преимущества***.

Представленный в учебном пособии материал затрагивает отраслевую специфику управления персоналом, маркетинга персонала и стратегического маркетинга. Авторские подходы могут послужить основой для создания РИД и их последующей коммерциализации на базе научно-исследовательских подразделений ФГОБУ ВПО "Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации". Также учебное пособие «Маркетинг персонала» содержит комплекс знаний в области маркетинга персонала, повышает эффективность учебного и преподавательского труда, дает более подробную и емкую информацию в сравнении с изданиями других авторов и других вузов.

***Область возможного использования***.

Предназначен для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Управление персоналом». Может представлять интерес для ученых, исследующих рынок труда, специалистов государственной службы занятости, кадровых агентств, компаний. Целесообразно применение книги в системе дополнительного профессионального образования для специалистов по работе с персоналом и менеджеров по HR-маркетингу. Обучающийся сможет эффективно использовать работу для самостоятельной подготовки.

***Сопутствующие полезные эффекты***.

Учреждения высшего и среднего образования зачастую испытывают необходимость в маркетинговых инструментах, таким образом, информация и материалы, представленные в учебном пособии, могут использоваться для разработки маркетинговой стратегии организаций в области маркетинга персонала.