Кадровый маркетинг: сущность и формы

План

Введение

1 Теоретические основы кадрового маркетинга

1.1 Сущность и значение кадрового маркетинга в деятельности предприятия

1.2 Формы кадрового маркетинга

1.3 Особенности разработки требований к персоналу предприятия

2 Кадровый маркетинга на примере ТОО ""

2.1 Характеристика деятельности ТОО ""

2.2 Особенности кадрового маркетинга в ТОО ""

2.3 Недостатки кадрового маркетинга ТОО ""

3 Направления совершенствования кадрового маркетинга ТОО ""

Заключение

Список использованной литературы

Список использованной литературы

1 Богданова Е.Л. Маркетинговая концепция организации персонал-менеджмента и конкурентоспособной рабочей силы. М.: Прогресс - Академия 2009. - с. 201;

2 Гапошина Л.Г. Маркетинг кадрового обеспечения. Учебное пособие, М., 2009. - с. 65;

3 Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг / П.С. Завьялов, В.Е. Демидов. - М.: Международные отношения, 2010. - с. 247;

4 Соломатин А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник / 2-е изд. перераб. и доп. - М.: ИНФРА - М, 2013. - с.134;

5 Травин В. Основы кадрового маркетинга. Учеб.пособие. - М., 2009. - с. 312;

6 Третьяк, О.А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления: учеб. / О.А. Третьяк.- М.: Инфра-М, 2010. - с. 247;

7 Чубаков Г.Н. Стратегия кадрового планирования в политике предприятия. - М.: ИНФРА-М, 2011. - с. 235;

8 Андреев А.Ф., Гришина Н.В., Лопатина С.Г. Основы кадрового менеджмента, М.: «Юрайт», 2011. - с.354;

9 Бизюкова И.В. Кадры управления: подбор и оценка: Учебное пособие. - М.: Экономика, 2008. - с.450;

10 Веснин В.Р. Управление персоналом: учебное пособие. - М.: ТК Велби, изд. Проспект, 2006. - с.407.