

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни
“МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ”
(для магістрів)

МАУП

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2009

Підготовлено доцентом кафедри управління персоналом *Л. В. Бірдус*

Завтверджено на засіданні кафедри управління персоналом
(протокол № 3 від 03.02.08)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Бірдус Л. В. Навчальна програма дисципліни “Міжнародний маркетинг персоналу” (для магістрів). — К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. — 23 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни “Міжнародний маркетинг персоналу”, теми рефератів і контрольних робіт, питання для самоконтролю, список літератури.

- © Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2009
- © ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2009

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дисципліна “Міжнародний маркетинг персоналу” є складовою навчального плану загальнонаукової та професійної підготовки фахівців економічного профілю.

Мета викладання дисципліни — сформувати у студентів знання з маркетингу персоналу, тобто ринкової філософії у сфері управління персоналом організації, виробити навички та вміння, розвинути здібності, що допоможуть менеджерам здійснювати управлінську, організаційну, методичну, діагностичну, інноваційну діяльність у процесі управління організаціями з урахуванням вимог до професійного й особистісного розвитку людини.

Головним завданням персонал-маркетингу є: дослідження ринку для визначення плінних і перспективних потреб організації в кількості і якості персоналу; вивчення розвитку виробництва для підготовки нових робочих місць і сучасних вимог до співробітників; пошук і придбання персоналу, характеристики якого відповідають вимогам, що ставить організація.

Розширення та динамічні зміни співробітництва між країнами сприяють інтернаціоналізації господарського життя, потоків трудових ресурсів, сімейних відносин.

Зміни в нинішній системі працевлаштування залежать від таких чинників, як різке посилення міграційних процесів, вкладенням іноземних інвестицій в нашу економіку, розширенням кола країн, які входять до Європейського Союзу. Значна кількість людей прагне працевлаштуватися в нашій країні або здобути освіту. Це реформує зовнішньоекономічні відносини як елемент переходу до відкритого суспільства.

Метою вивчення дисципліни є формування знань, навичок і умінь, що дають змогу майбутнім фахівцям здійснювати управлінську, організаційну та методичну діяльність у сфері міжнародного маркетингу персоналу.

У результаті навчання студент повинен *знати:*

- предмет, завдання та зміст дисципліни маркетингу персоналу;
- основні поняття міжнародного маркетингу персоналу як форми працевлаштування та забезпечення кадрами;
- технології сучасного міжнародного маркетингу персоналу;
- нормативне забезпечення трудової міграції між країнами СНД, Європейського Союзу та інших країн;

- умови організації працевлаштування за кордоном;
- специфіку ділового спілкування з іноземними партнерами;
- принципи та методи маркетингу персоналу міжнародної компанії;
- технологію планування потреби в персоналі, його ділову оцінку, управління діловою кар'єрою, мотивацією;

вміти:

- виконувати аналіз потреб роботодавців за кордоном;
- визначати якісні та кількісні потреби в персоналі міжнародної компанії;
- здійснювати розрахунок витрат на утримання і подальше використання персоналу;
- вибирати джерела і шляхи задоволення потреб у персоналі;
- досліджувати зовнішні та внутрішні чинники, що визначають напрями маркетингової діяльності;
- розробляти і реалізовувати заходи щодо напрямів міжнародного маркетингу персоналу;
- здійснювати стратегічне й оперативне планування процесу задоволення цих потреб;
- стимулювати розвиток взаємовідносин;
- планувати професійно-кваліфікаційний розвиток персоналу, необхідного за кордоном;
- використовувати вміння ділового спілкування;
- сформувати знання методологічних основ маркетингу персоналу та вміння використовувати їх на практиці;

бути ознайомлений:

- із сучасними концепціями у сфері розвитку міжнародних взаємовідносин;
- з методами, техніками, технологіями, які використовують передові школи управління у сфері підготовки керівників кадрових служб і управління міжнародним маркетингом персоналу;
- з тенденціями розвитку міжнародної трудової міграції;
- з методами, технологіями, які використовують передові школи управління у сфері міжнародного маркетингу персоналу;
- з умовами проведення посередницької діяльності у працевлаштуванні за кордоном.

Досягти поставленої мети і реалізувати завдання можна шляхом активізації мислення студентів, стимулювання їх до самостійного прийняття рішень з управління персоналом, здатністю самостійно мислити під час вирішення завдань, уміння широко застосовувати ці знання.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни
“МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ”

№ пор.	Назва змістового модуля і теми
	Змістовий модуль I. Теоретико-методологічні основи міжнародного маркетингу персоналу
1	Маркетинг персоналу – основа міжнародного маркетингу персоналу
2	Міжнародний маркетинг персоналу, його правові засади
3	Міжнародна мобільність робочої сили
	Змістовий модуль II. Міжнародний маркетинг персоналу
4	Міжнародний маркетинг персоналу як вид управлінської діяльності
5	Система управління міжнародним маркетингом персоналу
	Змістовий модуль III. Організація міжнародного маркетингу персоналу
6	Вивчення ринку праці
7	Дослідження у сфері міжнародного маркетингу персоналу
8	Етнопсихологічні та культурні особливості міжнародного маркетингу персоналу
9	Інформаційна функція маркетингу персоналу
	Змістовий модуль IV. Міжнародний маркетинг робочої сили
10	Вироблення вимог до персоналу міжнародної компанії
11	Визначення потреби в персоналі
12	Розрахунок планових витрат на персонал
	Змістовий модуль V. Організація працевлаштування громадян України за кордоном
13	Профконсультаційна та профорієнтаційна робота в Україні
14	Організація посередницької діяльності щодо працевлаштування громадян України за кордоном
15	Працевлаштування громадян України в країнах Західної Європи
Разом годин: 54	

ЗМІСТ
дисципліни
“МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ”

Змістовий модуль I. Теоретико-методологічні основи міжнародного маркетингу персоналу

Тема 1. Маркетинг персоналу — основа міжнародного маркетингу персоналу

Суть і принципи маркетингу персоналу. Особливості міжнародного маркетингу персоналу. Міжнародне економічне та соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу персоналу. Поняття світового ринку, світового господарства, міжнародний поділ праці. Мета й умови сегментації ринку праці. Чинники сегментації світового ринку (економіко-географічні, структурно-демографічні, культурно-історичні, політичні, психологічні, індивідуального статку, потреби, відносної ймовірності, конкурентні).

Особливості міжнародних маркетингових досліджень. Організація системи інформації для міжнародних маркетингових досліджень.

Міжнародний маркетинг персоналу як специфічна функція управління діяльністю міжнародних фірм. Зміст функцій міжнародного маркетингу персоналу.

Міжнародний маркетинг персоналу і міжнародна співпраця. Вимоги до професіоналізму в галузі ринкових відносин. Вплив геополітичних чинників на маркетинг персоналу. Проблеми міжнародного маркетингу персоналу.

Література [1; 4; 14; 16; 21; 42; 52]

Тема 2. Міжнародний маркетинг персоналу, його правові засади

Нормативно-правова база маркетингу персоналу в Україні. Закон України “Про зайнятість населення”. Постанови Кабінету Міністрів України, листи Мінпраці України і Державного центру зайнятості. Єдина технологія обслуговування незайнятого населення, її зміст і використання.

Правила в'їзду іноземців в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію. Пересування іноземців на території України, вибір ними місця проживання. Відповідальність іноземців, юридичних і фізичних осіб, які їх приймають чи надають послуги, за

порушення законодавства України. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.12.1995 р. № 1074 із змінами та доповненнями від 5.06.2000 р. № 910 та від 26.09.2001 р. № 1259.

Закон України “Про правовий статус іноземців” (ст. 34).

Державне регулювання маркетингом робочої сили.

Умови працевлаштування іноземних громадян, їх правовий захист. Статус працівників, які перебувають за межами своєї країни. Наказ Мінпраці України від 05.05.99 № 27 “Про умови і порядок оформлення іноземними громадянами дозволів на працевлаштування в Україні”. Лист Мінпраці України “Щодо правил в'їзду та порядку оформлення іноземцями та особами без громадянства дозволів на працевлаштування в Україні” (2000 р.).

Література [1–13]

Тема 3. Міжнародна мобільність робочої сили

Переселення народів, історія питання. Поняття міжнародної міграції робочої сили. Міграційні процеси, основні причини міжнародної трудової міграції. Стадії міграційного процесу. Фактори міграції. Розвиток міжнародної міграції трудових ресурсів як форми економічних відносин. Облік зовнішньої міграції. Наслідки міжнародної міграції трудових ресурсів. Напрями міграції робочої сили. Кількісні показники. Інтернаціоналізація виробництва та використання іноземної робочої сили в різних країнах.

Поняття “мобільності робочої сили” у макроекономіці. Мобільність праці не пов'язана з міграцією.

Актуальне регіональне дослідження трудової міграції в Україні. Конкурентоспроможність української робочої сили.

Міжнародна економічна інтеграція.

Державне регулювання міжнародної міграції. Конституція та закони України, які регулюють міграційні процеси та працевлаштування іноземних громадян. Міжнародна організація праці, захист нею інтересів працівників. Закордонний досвід соціального партнерства. Європейські конвенції про влаштування та соціальне забезпечення мігрантів. Міжнародні норми про захист прав і свобод іноземних працівників.

Література [4; 5; 9; 10; 18; 47; 53]

Змістовий модуль II. Міжнародний маркетинг персоналу

Тема 4. Міжнародний маркетинг персоналу як вид управлінської діяльності

Поняття людської діяльності. Теорія діяльності. Проблеми розробки теорії діяльності. Вплив теорії діяльності на теорію та практику маркетингу персоналу. Розуміння маркетингу персоналу в широкому та вузькому значеннях. Міжнародний маркетинг персоналу як філософія ринкових відносин та основа стратегічного управління персоналом. Цілі й завдання. Характеристика зовнішніх і внутрішніх чинників, що визначають напрям маркетингу персоналу.

Процес керування маркетингом робочої сили. Керування маркетингом робочої сили на підприємстві.

Міжнародний маркетинг персоналу. Взаємозв'язок маркетингу персоналу, стратегії, управління персоналом і кадрової політики. Маркетингова діяльність служби управління персоналом. Маркетинг персоналу як інтегральна функція управління персоналом організації. виявлення та задоволення потреби міжнародної організації в людських ресурсах.

Функції міжнародного маркетингу персоналу. Структура міжнародного маркетингу персоналу. Методи маркетингу у сфері управління персоналом.

Література [1; 17; 19; 25]

Тема 5. Система управління міжнародним маркетингом персоналу

Міжнародний маркетинг персоналу як система управління ринком робочої сили. Міжнародний ринок праці і тенденції його розвитку. Маркетинг персоналу як окремий аспект системи управління персоналом. Інформаційне забезпечення системи міжнародного маркетингу персоналу.

Комунікативна політика в маркетингу робочої сили. Способи працевлаштування. Стимулювання зайнятості. Організація реклами суб'єктами ринку робочої сили.

Структура й динаміка міжнародного ринку робочої сили. Сучасний стан міжнародного ринку робочої сили.

Державні (автоматизована інформаційна система служби зайнятості, національна статистична інформаційна система) і недержавні

(приватні й громадські) комунікаційні системи у сфері міжнародного маркетингу персоналу.

Елементи системи управління міжнародним маркетингом персоналу. Наймачі (роботодавці) — кінцеві споживачі робочої сили. Класифікація роботодавців та їх вимог. Виробники (постачальники) робочої сили — особи, які зближують попит на робочу силу та її пропозицію.

Організаційна діяльність держави щодо забезпечення функціонування елементів системи управління маркетингом персоналу.

Література [14; 26; 27; 29; 45]

Змістовий модуль III. Організація міжнародного маркетингу персоналу

Тема 6. Вивчення ринку праці

Поняття міжнародного ринку праці та умови його формування. Міжнародний ринок праці і його види. Особливості й наслідки формування ринку праці. Формування єдиної системи легального експорту-імпорту робочої сили.

Основні характеристики і принципи вивчення ринку робочої сили. Ринок праці як регулятор попиту і пропозицій робочої сили. Класифікація ринків. Сегментація ринку. Кон'юнктура і ємність. Позиціонування товару “робоча сила” на ринку. Конкуренція.

Товар “робоча сила” в системі маркетингу. Характеристика товару “робоча сила”. Конкурентна спроможність товару “робоча сила”. Життєвий цикл товару “робоча сила”.

Цінова політика в маркетингу робочої сили.

Одержання маркетингової інформації на ринку робочої сили. Праця, умови праці, робочі місця як продукти маркетингу. Організація ефективного функціонування маркетингових комунікаційних систем на ринку праці. Комунікаційні функції маркетингу персоналу. Джерела і шляхи покриття потреби в персоналі. Внутрішні та зовнішні джерела залучення персоналу. Фактори, що впливають на попит та визначають пропозицію робочої сили. Внутрішньо-організаційні зв'язки маркетингу персоналу.

Література [4; 6; 24; 34; 35; 48; 53]

Тема 7. Дослідження у сфері міжнародного маркетингу персоналу

Маркетингові дослідження ринку праці. Вивчення вимог, що ставляться до посад і робочих місць. Вивчення іміджу організації як роботодавця. Процедура маркетингових досліджень. Прогнозування ринку праці. Дослідний (аналітичний) і комерційний маркетинг персоналу. Організація та збір інформації для прийняття кадрових рішень. Методи обробки кадрової маркетингової інформації. Єдина система маркетингового обліку. Прогнозування ринку праці.

Дослідження чинників, що впливають на міжнародний маркетинг персоналу. Зовнішні чинники: ситуація на міжнародному ринку праці, розвиток технології, міграційні процеси, особливості соціальних потреб, розвиток законодавства, кадрова політика. Характеристика зовнішніх чинників.

Вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища організації. Внутрішні чинники та їх характеристика: цілі організації, фінансові ресурси, її кадровий потенціал, джерела задоволення потреби в кадрах.

Література [3; 14; 22; 26]

Тема 8. Етнопсихологічні та культурні особливості міжнародного маркетингу персоналу

Вплив етнопсихологічних і культурних особливостей персоналу на організаційні процеси міжнародних компаній. Облік етнопсихологічних і культурних особливостей на формування вимог до персоналу. Вплив міжнародного маркетингу персоналу на формування корпоративної культури команд. Досвід використання мотиваційних теорій і систем у міжнародних компаніях Заходу та Сходу. Особливості планування й реалізації професійної кар'єри в міжнародній компанії. Роль і місце міжнародного маркетингу персоналу в розробці мотиваційних систем розвитку персоналу.

Література [3; 14; 22; 26; 31; 43]

Тема 9. Інформаційна функція маркетингу персоналу

Система інформаційного забезпечення руху робочої сили. Ринок кадрової інформації. Структура та механізм функціонування ринку робочої сили. Інформаційна політика у сфері робочої сили. Характеристика інформаційного простору ринку праці України та зарубіжжя.

Система інформування про робочу силу на рівнях підприємство — галузь — місто — регіон — країна. Формування й розвиток маркетингових відносин на інформаційному ринку праці. Історія розвитку міжнародного маркетингу персоналу. Проблеми інформаційного забезпечення діяльності підприємницьких структур на засадах міжнародного маркетингу персоналу.

Застосування нових інформаційних технологій. Теоретична та методологічна бази процесу управління інформаційною діяльністю в умовах формування ринкових відносин. Поняття “інформаційне забезпечення”. Інформаційне забезпечення міжнародного маркетингу персоналу. Організація інформаційних потоків між суб’єктами ринку.

Структура та механізм функціонування ринку кадрової інформації. Механізм розмежування повноважень у діяльності підприємницьких структур на ринку кадрової інформації.

Статистична інформація як найповніше розроблений сегмент інформаційного забезпечення міжнародного маркетингу персоналу.

Література [3; 20; 22; 29; 50]

Змістовий модуль IV. Міжнародний маркетинг робочої сили

Тема 10. Вироблення вимог до персоналу міжнародної компанії

Вироблення вимог до персоналу організації. Якісні характеристики персоналу. Особливості вимог до підготовки керівників у різних школах управління. Вплив національної культури, менталітету народу на ситуацію в майбутньому колективі. Вимоги до посад і робочих місць.

Загальні вимоги до персоналу в ході формування команд. Вимоги до персоналу під час підбору “під свою індивідуальність”, “своє завдання чи мету”, “завдання, що надійшло ззовні”.

Стратегія управління (керування) людськими ресурсами фірми. Вимоги до персоналу, який виконує управлінські та виконавчі функції. Вимоги до персоналу, який працює в умовах кризи, особливих, екстремальних і винятково екстремальних умовах.

Професійні й особистісні вимоги до персоналу.

Результати досліджень у сфері вироблення вимог до персоналу.

Література [2; 3; 20; 26; 30; 32; 34]

Тема 11. Визначення потреби в персоналі

Аналіз ситуації на професійному ринку праці. Теоретичні засади визначення необхідності в персоналі міжнародних підприємств. Організаційні форми комплектування кадрів. Особливості визначення потреби в деяких категоріях працівників міжнародних підприємств. Визначення потреби в робітниках. Планування чисельності управлінського персоналу.

Якісні та кількісні потреби в персоналі. Обґрунтування розрахунку потреби в персоналі. Професійно-кваліфікаційний розподіл робіт. Вимоги до посад і робочих місць. Штатний розпис організації. Документи, що регламентують організаційно-управлінські процеси.

Розрахунок якісних потреб у професіях, спеціальностях, загальної потреби в персоналі, якісної потреби у фахівцях і керівниках на основі системи цілей, організаційної структури, штатного розпису, посадових інструкцій.

Кількісні потреби та методи їх розрахунку. Метод, що ґрунтується на використанні даних про тривалість трудового процесу. Метод розрахунку за нормами обслуговування та за робочими місцями й нормативами чисельності. Використання стохастичних методів (розрахунок числових характеристик, регресивний та кореляційний аналіз) і методів експертних оцінок.

Кадровий аудит визначення потреби в перепідготовці кадрів. Вибір шляхів задоволення потреб у персоналі. Етапи маркетингової роботи. Джерела задоволення потреби в персоналі. Активні й пасивні норми задоволення потреб.

Література [11; 24; 32; 39; 41]

Тема 12. Розрахунок планових витрат на персонал

Поняття “витрати на персонал”. Складові витрати на функціонування людського чинника в організації (витрати на заробітну плату, виплати на соціальне страхування, соціальні виплати й пільги, оплата транспорту тощо). Витрати на утримання соціальної інфраструктури та соціальних служб, професійний і особистісний розвиток персоналу, виплату дивідендів. Збільшення вартості робочої сили на сучасному ринку праці.

Формування ефективної керованої трудової сфери. Одержання прибутку за допомогою ефективного використання людських ресурсів. Забезпечення ефективної діяльності. Отримання прибутку за

допомогою сприяння зайнятості. Завдання суб'єктів управління міжнародним маркетингом персоналу.

Методологічні підходи до оцінки ефективності маркетингу робочої сили. Оцінка ефективності маркетингу робочої сили.

Система показників за працею. Загальна характеристика показників: scarбниця організації, загальноекономічні та кадрові показники, витрати на персонал, умови праці.

Зовнішні одноразові (оплата договірних відносин) і поточні (дослідні й оперативні роботи у сфері персонал-маркетингу) витрати.

Внутрішні одноразові (капітальні інвестиції) й поточні (оплата праці, соціальні виплати) витрати.

Методи розрахунків зовнішніх і внутрішніх витрат на придбання й використання персоналу. Аналіз практики витрат на персонал.

Література [7; 8; 25; 33; 46]

Змістовий модуль V. Організація працевлаштування громадян України за кордоном

Тема 13. Профконсультаційна та профорієнтаційна робота в Україні

Основна мета профконсультаційної та профорієнтаційної роботи з іноземцями в Україні. Державні та недержавні органи, що здійснюють профконсультаційну та профорієнтаційну роботу. Порівняльний аналіз профорієнтаційної роботи в Україні та за кордоном. Технології та інструментарії профорієнтаційної роботи. Професійний добір кадрів. Документаційне забезпечення процесу профдобору.

Література [7; 12; 19; 27; 49; 54]

Тема 14. Організація посередницької діяльності щодо працевлаштування громадян України за кордоном

Працевлаштування за кордоном. Умови господарської діяльності з посередництва у працевлаштуванні за кордоном. Легальне працевлаштування. До і після від'їзду. Рух на захід: вдалиий досвід.

Характеристика закордонних роботодавців. Дії молодіжних програм працевлаштування молоді для освіти та роботи в Англії, Німеччині та інших країнах. Практика діяльності бірж праці в Україні та за кордоном.

Перелік організацій державного і недержавного працевлаштування. Врегулювання правових відносин звичаями. Трудове право в цих

країнах. Угода про гарантії прав громадян у галузі виплати соціальної допомоги (СНД, 09.09.94). Види працевлаштування громадян України за кордоном.

Література [13; 15; 23; 28; 35–38; 44; 51]

Тема 15. Працевлаштування громадян України в країнах Західної Європи

Специфіка діяльності органів працевлаштування та регулювання міграційних потоків у Польщі, Румунії, Чехії, Словаччині.

Можливості працевлаштування та створення приватних підприємств у Франції, Німеччині, Іспанії, Італії.

Специфіка працевлаштування громадян України в Англії, Швеції, Голландії та інших країнах Західної Європи. Державне і недержавне регулювання працевлаштування в цих країнах.

Законодавство країн Європи щодо статусу працівників-мігрантів.

Характеристика політичної та економічної ситуації в цих країнах. Класифікація роботодавців та їх вимог. Діяльність української діаспори. Релігійні зв'язки.

Основні вимоги до ділового спілкування. Спілкування з метою встановлення ділових взаємовідносин з партнерами в Німеччині, Англії, Франції, Італії, Іспанії та Скандинавського півострова.

Література [15; 22; 23; 26; 40]

ТЕМИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

1. Теоретико-методологічні основи міжнародного маркетингу персоналу.
2. Маркетинг персоналу – основа міжнародного маркетингу персоналу.
3. Міжнародний маркетинг персоналу, його правові засади.
4. Міжнародна мобільність робочої сили.
5. Маркетинг персоналу як вид управлінської діяльності.
6. Система управління міжнародним маркетингом персоналу.
7. Організація міжнародного маркетингу персоналу.
8. Вивчення ринку праці.
9. Дослідження у сфері міжнародного маркетингу персоналу.
10. Етнопсихологічні та культурні особливості міжнародного маркетингу персоналу.
11. Інформаційна функція маркетингу персоналу.

12. Міжнародний маркетинг робочої сили.
13. Розроблення вимог до персоналу міжнародної компанії.
14. Визначення потреби в персоналі.
15. Розрахунок планових витрат на персонал.
16. Стратегічний маркетинг персоналу.
17. Прогностичні аспекти розвитку маркетингу персоналу.
18. Стратегії маркетингу персоналу в економіці ринкового типу.
19. Проблеми формування теорії маркетингу персоналу.
20. Методологічні аспекти розвитку маркетингу персоналу.
21. Організація працевлаштування громадян України за кордоном.
22. Профконсультаційна та профорієнтаційна робота в Україні.
23. Організація посередницької діяльності щодо працевлаштування громадян України за кордоном.
24. Працевлаштування громадян України в країнах Західної Європи.
25. Міжнародний маркетинг персоналу як форми працевлаштування громадян України в країнах Західної Європи.
26. Міжнародний маркетинг персоналу на території колишнього СНД.
27. Професійна орієнтація та служби професійного добору в країнах Західної Європи та США.
28. Програми працевлаштування та освіти молоді в країнах Західної Європи.
29. Форми та види працевлаштування громадян України за кордоном.
30. Умови працевлаштування іноземних громадян в Україні.
31. Ділове спілкування із закордонними партнерами.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Розвиток маркетингу персоналу як найбільш прогресивної форми працевлаштування.
2. Історія розвитку міжнародного маркетингу персоналу.
3. Ринок послуг з міжнародного маркетингу персоналу як самостійний вид бізнесу.
4. Система електронного добору кадрів в Україні.
5. Маркетинг персоналу як ринкова філософія задоволення потреб у кадрах.

6. Залежність трудової міграції від макроекономічних, політичних, соціальних, внутрішньофірмових та індивідуальних умов.
7. Умови і порядок оформлення іноземними громадянами дозволів на працевлаштування в Україні.
8. Конфедерація роботодавців України та її основні завдання.
9. Діяльність Ради Європи щодо регулювання прав працівників.
10. Прийом працівників на контрактній основі.
11. Нормативне забезпечення контролю за трудовою міграцією.
12. Зовнішньоекономічні договори.
13. Зміст Європейської конвенції про облаштування і підприємництво.
14. Ліцензійні умови провадження господарської діяльності з посередництва у працевлаштуванні за кордоном.
15. Державна статистична звітність про зовнішню трудову міграцію та її використання для аналізу цих процесів.
16. Статус працівників, які перебувають за межами країни.
17. Соціальний захист мігрантів.
18. Правила в'їзду іноземців в Україну.
19. Порівняльний аналіз профорієнтаційної роботи в Україні та за кордоном.
20. Специфіка діяльності органів працевлаштування в Польщі, Чехії, Словаччині та Угорщині.
21. Специфіка діяльності органів працевлаштування в Німеччині.
22. Можливості працевлаштування громадян України в Англії.
23. Законодавство країн Європи щодо статусу працівників-мігрантів.
24. Можливості працевлаштування громадян України в країнах Малої Азії та Австралії.
25. Специфіка ділового спілкування із діловими партнерами.
26. Розрахунок загальної потреби в персоналі міжнародної компанії.
27. Розрахунок якісної потреби у фахівцях і керівниках відповідно до цілей, організаційної структури, штатного розпису організації.
28. Метод розрахунку за робочими місцями й нормативами.
29. Методи експертних оцінок у маркетингу персоналу.
30. Кадровий аудит визначення потреби в перепідготовці.
31. Джерела задоволення потреби в персоналі.
32. Збільшення вартості робочої сили на сучасному ринку.

33. Міжнародний ринок праці і його види.
34. Поняття міжнародного ринку праці та умови його формування.
35. Формування єдиної системи легального експорту-імпорту робочої сили.
36. Структура й динаміка міжнародного ринку робочої сили. Сучасний стан.
37. Міжнародні аспекти маркетингу персоналу. Аналіз соціально-культурної сфери, правового, політичного, економічного, технологічного середовища.
38. Способи організації міжнародної маркетингової діяльності (міжнародна, глобальна).
39. Міжнародна мобільність робочої сили.
40. Суть і принципи маркетингу персоналу.
41. Інформаційна функція маркетингу персоналу.
42. Вивчення вимог до посад і робочих місць.
43. Дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища організації.
44. Вивчення іміджу організації як роботодавця.
45. Комунікаційні функції маркетингу персоналу. Сегментування ринку праці. Джерела і шляхи покриття потреби в персоналі.
46. Внутрішньоорганізаційні зв'язки маркетингу персоналу.
47. Вплив внутрішніх стандартів компанії роботодавця на пошук кандидатів.
48. Методи збирання інформації про кандидатів.
49. Консультаційна робота з міжнародного маркетингу персоналу.
50. Психологічні та методологічні методи діяльності агентств з міжнародного маркетингу персоналу.
51. Аналіз послуг, які надають агентства з міжнародного маркетингу персоналу роботодавцям.
52. Аудит персоналу як послуга агентства з міжнародного маркетингу персоналу.
53. Маркетингові дослідження при доборі кадрів агентствами.
54. Профдіагностика та рекомендації з адаптації кандидата.
55. Основні джерела добору персоналу для різних галузей і підприємств.
56. Основні професіографічні документи та можливість використання їх для цілей добору кадрів.

57. Основні чинники професіографії — економічна, виробнича, гігієнічна, фізіологічна, психологічна характеристики професії.
58. Профконсультаційна робота кадрових агентств. Професіограма як документ добору кадрів.
59. Процедури описання майбутнього місця роботи.
60. Нормативна основа роботи з безробітними в Україні.
61. Програми працевлаштування молоді в країнах Західної Європи.
62. Міграційні процеси та їх причини.
63. Правовий захист іноземних працівників в Україні.
64. Реєстрація організацій зарубіжних країн в Україні.
65. Умови і порядок оформлення іноземними громадянами дозволів на працевлаштування в Україні.
66. Конфедерація роботодавців України та її основні завдання.
67. Діяльність Ради Європи щодо регулювання прав працівників.
68. Прийом працівників на контрактній основі.
69. Нормативне забезпечення контролю за трудовою міграцією.
70. Зовнішньоекономічні договори.
71. Зміст Європейської конвенції про облаштування і підприємництво.
72. Ліцензійні умови провадження господарської діяльності з посередництва у працевлаштуванні за кордоном.
73. Державна статистична звітність про зовнішню трудову міграцію та її використання для аналізу цих процесів.
74. Статус працівників, які перебувають за межами країни.
75. Соціальний захист мігрантів.
76. Правила в'їзду іноземців в Україну.
77. Порівняльний аналіз профорієнтаційної роботи в Україні та за кордоном.
78. Поняття міжнародного ринку праці та умови його формування.
79. Формування єдиної системи легального експорту-імпорту робочої сили.
80. Основні характеристики і принципи вивчення ринку робочої сили.
81. Цінова політика в маркетингу робочої сили.
82. Товар “робоча сила” в системі маркетингу. Характеристика товару “робоча сила”.
83. Конкурентоспроможність товару “робоча сила”. Життєвий цикл товару “робоча сила”.

84. Внутрішні та зовнішні джерела залучення персоналу. Фактори, що впливають на попит і визначають пропозицію робочої сили.
85. Нормативно-правова база маркетингу персоналу в Україні. Закон України “Про зайнятість населення”.
86. Роль і місце міжнародного маркетингу персоналу в розробці мотиваційних систем розвитку персоналу.
87. Міжнародний маркетинг персоналу як специфічна функція управління діяльністю міжнародних фірм. Зміст функцій міжнародного маркетингу персоналу.
88. Суть і принципи маркетингу персоналу. Особливості міжнародного маркетингу персоналу.
89. Особливості міжнародних маркетингових досліджень. Організація системи інформації для міжнародних маркетингових досліджень.
90. Професійні й особистісні вимоги до персоналу. Результати досліджень у сфері вироблення вимог до персоналу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Нормативна

1. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28.06.96. — К.: Вікар, 1996.
2. Закон України “Про зайнятість населення” // Голос України. — 1991. — № 56.
3. Закон України “Про оплату праці” // Галицькі контракти. — 1995. — № 21.
4. Закон України “Про підприємства” // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 20.
5. Закон України “Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні” // Відомості Верховної Ради України. — 1993. — № 16.
6. Закон України “Про загальнообов’язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття” // Голос України. — 2000. — № 64.
7. Закон України “Про затвердження Державної програми зайнятості населення на 2001–2004 роки” // Уряд. кур’єр. — 2002. — № 73.

8. *Указ* Президента України “Про основні напрямки соціальної політики на 1997–2000 роки” // *Голос України*. – 1997. – № 206.
9. *Указ* Президента України “Про положення про Міністерство праці та соціальної політики України” // *Офіц. вісн. України*. – 2000. – № 35.
10. *Указ* Президента України “Про заходи щодо забезпечення працевлаштування молоді” // *Офіц. вісн. України*. – 1999. – № 40.
11. *Про концепцію* професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації незайнятого населення: Постанова Кабінету Міністрів України // *Зб. постанов Уряду України*. – 1996. – № 6.
12. *Про затвердження* положень щодо застосування Закону України “Про зайнятість населення”: Постанова Кабінету Міністрів України // *Уряд. кур’єр*. – 1998. – № 85; 86.
13. *Про гарантії* та компенсації при переїзді на роботу в іншу місцевість: Постанова Кабінету Міністрів України // *Уряд. кур’єр*. – 1998. – № 57; 58.

Основна

14. *Азарян Е. М.* Международный маркетинг: Учеб.-практ. пособие. – К.: ИСМО МО Украины; НВФ “Студцентр”. – 1998.
15. *Довжик Б.* Актуальне регіональне дослідження трудової міграції // *Україна: аспекти праці*. – 2005. – № 3.
16. *Багиев Г. Л., Томілов В. В., Чернишова З. А.* Маркетинг и культура предпринимательства. – СПб., 1995.
17. *Багиев Г. Л., Аренков И. А.* Основы маркетинговых исследований: Учеб. пособие. – СПб., 1996.
18. *Балабанова Л. В., Сардак О. В.* Управління персоналом. – К., 2006.
19. *Богданова Е. Л.* Маркетинговая концепция организации персонала-менеджмента и конкурентоспособной рабочей силы. – СПб., 1996.
20. *Богданова Е. Л.* Информационный маркетинг: Учеб. пособие. – СПб.: Альфа, 2000.
21. *Гоголь Г. П.* Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. України всіх форм навч. напряму “Економіка і підприємництво” (менеджмент) / Національний ун-т “Львівсь-

- ка політехніка”. — Л.: Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. — 2004.
22. *Грачов М. В.* Суперкадры. Управление персоналом у международной корпорации. — М.: Дело, 1993.
 23. *Довжик Б.* Актуальне регіональне дослідження трудової міграції // Україна: аспекти праці. — 2005. — № 3.
 24. *Иванцевич Д. Ж., Лобанов А. М.* Человеческие ресурсы управления. — М.: Дело, 1993.
 25. *Киян Л. П.* Маркетинг рынка труда. — Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1995.
 26. *Колтаков В. М.* Маркетинг персоналу міжнародної компанії: Навч. програма (для магістрів). — К.: МАУП, 2004. — 20 с.
 27. *Колтаков В. М.* Маркетинг персоналу: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2006. — 408 с.
 28. *Кошопов А.* Рынок труда в России: проблемы формирования и регулирования. — М.: Наука, 1995.
 29. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1993.
 30. *Кузьмика С. Л.* Рыночная экономика и труд. — М.: Наука, 1993.
 31. *Куриляк В. Є.* Міжнародний менеджмент: Навч. посіб. — Тернопіль: Карт-бланш, 2004. — 268 с.
 32. *Лисовик Б. С.* Труд и рынок. — СПб., 1991.
 33. *Макконелл К. Р., Брю С. Л.* Экономикс: Принципы, проблемы, политика: В 2 т. — 2-е изд.: Пер. с англ. — М.: Республика, 1993.
 34. *Маллинз, Лори.* Менеджмент и организационное поведение: Учеб.-практ. пособие / Пер. с англ. Т. Цеханович и др. — Минск: Новое знание, 2003. — 1039 с.
 35. *Павленков В. А.* Рынок труда. — М., 1992.
 36. *Панченко Є. Г.* Міжнародний менеджмент: Навч.-метод. посіб. — К.: КНЕУ, 2004. — 468 с.
 37. *Піддубний І. О., Астахова І. Е., Бондаренко Л. М., Лисиця Н. М., Піддубна А. І.* Міжнародний менеджмент: Навч. посіб. — Харків, 2004. — 252 с.
 38. *Родченко В. В.* Международный менеджмент: Учеб. пособие. — К.: МАУП, 2000. — 236 с.
 39. *Управление персоналом* / Под ред. А. Я. Кибанова. — М., 1997. — С. 185–233.
 40. *Швец Н. Г.* Міжнародний рекрумент: Навч. програма (для магістрів). — К.: МАУП, 2004. — 18 с.

41. *Якість* трудового потенціалу (соціально-економічний аспект). – К.: Наук. думка, 1996.

Додаткова

42. *Багиев Г. Л.* Краткий словарь-справочник по маркетингу. – Л., 1991.
43. *Багиев Г. Л., Аренков И. А.* Основы современного маркетинга: Учеб.-наочное пособие. – СПб., 1995.
44. *Гильденгерш М. Г.* Безработица в России: сущность, формы, социальные последствия в условиях перехода к рынку. – СПб., 1995.
45. *Голубков Е. П. и др.* Маркетинг: выбор лучшего решения / Е. П. Голубков, Е. Н. Голубкова, В. Д. Секерин; Общ. ред. Е. П. Голубкова. – М.: Экономика, 1993.
46. *Грачев М. В.* Управление трудом: Теория и практика капиталистического хозяйствования. – М.: Наука, 1990.
47. *Дятлов С. А.* Основы теории человеческого капитала. – СПб., 1994.
48. *Маслова И. С.* Российский рынок труда на современном этапе: тенденции, специфика условий формирования, противоречия, принципы регулирования. – М., 1992.
49. *Маркетинг.* Словарь-спавочник. – СПб., 1992.
50. *Маркетинг:* Учебник / А. Н. Романов, Ю. Ю. Комаргов, С. А. Красильников и др. / Под ред. А. Н. Романова. – М., 1995.
51. *Модели и методы управления персоналом: Российско-Британское учебное пособие /* Под ред. Е. Б. Моргунова. – М., 2001. – 464 с.
52. *Панкрихин А. П.* Теория и практика маркетинга. – М.: Наука, 1993.
53. *Проблемы* трудовых ресурсов России: Социально-экономическое исследование. – СПб., 1995.
54. *Робинс С., Де Ченцо Д.* Основы менеджменту / Пер. з англ. А. Олійника та ін. – К.: Основи, 2002. – 671 с.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Тематичний план дисципліни “Міжнародний маркетинг персоналу”	5
Зміст дисципліни “Міжнародний маркетинг персоналу”	6
Теми контрольних робіт	14
Питання для самоконтролю	15
Список літератури	19

Відповідальний за випуск	<i>А. Д. Вегеренко</i>
Редактор	<i>О. М. Коваленко</i>
Комп’ютерне верстання	<i>Н. М. Музиченко</i>

Зам. № ВКЦ-3850

Підп. до друку 14.04.09. Формат 60×84/₁₆. Папір офсетний.

Друк ротатійний трафаретний.

Ум. друк. арк. 1,4. Обл.-вид. арк. 1,17. Наклад 50 пр.

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)

03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

ДП «Видавничий дім «Персонал»

03039 Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. XX

*Свідцтво про внесення до Державного реєстру
суб’єктів видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008 р.*