

1. С целью повышения мотивации персонала и совершенствования цифровых компетенций работников компания внедрила программу повышения квалификации «Искусственный интеллект», позиционируя его как возможность профессионального роста. По оценкам персонала, содержание курса не в полной мере отвечает его реальным потребностям, поскольку большинство сотрудников хотело бы приобрести навыки по работе с базами данных и проектированию пользовательского интерфейса. Работники стали интересоваться, возможно ли адаптировать программу под их потребности, однако руководство не предложило альтернативных вариантов обучения. Какой принцип маркетинга персонала нарушен в данной ситуации?
2. Компания «Креативные решения» решила укрепить свои позиции на рынке труда. Для этого она запустила информационную кампанию, в рамках которой на своем сайте опубликовала материалы с описанием ценностей компании, истории успеха и отзывы сотрудников о работе в организации. На какой элемент комплекса персонал-маркетинга «4Р» сделала акцент компания?
3. Компания работает на рынке туристских услуг и специализируется на организации уникальных путешествий по экзотическим направлениям. В связи с растущим интересом к зарубежным поездкам, руководство приняло решение нанять двух менеджеров по туризму, которые имеют представление о различных туристических направлениях и готовы к гибкому графику работы. Какие критерии сегментации рынка труда должны стать приоритетными для компании, чтобы привлечь кандидатов, соответствующих указанному требованию?
4. Руководство компании приняло решение о проведении аудита персонала с целью оценки эффективности управления персоналом и выявления областей для улучшения. Основная задача - выявить компетенции сотрудников и степень их соответствия требованиям компании. Какой этап аудита персонала является ключевым с позиций поставленной цели и задачи?
5. Компания-производитель спортивной одежды ориентирована на активных людей и использует спортсменов в рекламе, подчеркивая дух соревнования и стремление к успеху. Какой фактор формирования имиджа лег в основу данной концепции?
6. Компания осуществляет разработку программного обеспечения для космической отрасли и испытывает потребность в квалифицированных кадрах - инженерах-разработчиках. Для поиска кандидатов компания разместила объявления о поиске сотрудников в социальных сетях и досках объявлений. В результате, количество откликов на вакансии оказалось крайне низким, а среди кандидатов, направивших резюме, лишь несколько соответствовали требованиям работодателя. Какой этап управления маркетингом рабочей силы был проигнорирован руководством компании?

7. ... маркетинг персонала — это комплекс мероприятий, направленных на удержание действующих сотрудников и организацию эффективных коммуникаций с ними
8. Маркетинг как ... — это совокупность научных знаний, которые направлены на изучение предпочтений потребителей, рынка, товаров и услуг, разработку стратегий обеспечения потребительской лояльности и конкурентных преимуществ организации
9. Маркетинг персонала — это вид управленческой деятельности, направленной на долговременное обеспечение организации ... ресурсами, образующими стратегический потенциал, с помощью которого возможно решение конкретных целевых задач
10. Маркетинг, связанный с реализацией текущих кадровых процессов, — это ... маркетинг персонала
11. Маркетинг, реализуемый в рамках общей стратегии организации, и направленный на формирование стратегии управления персоналом, — это ... маркетинг персонала
12. Неверно, что элементом маркетинга-микс персонала в соответствии с моделью «6Р», является ...
13. Сопоставьте концепцию маркетинга рабочей силы с ее содержанием:
14. Установите соответствие между моделями маркетинг-микса персонала и составляющими их элементами:
15. Расположите концепции маркетинга рабочей силы в хронологической последовательности, согласно их появлению:
16. Филип Котлер выделил такие функции маркетинга персонала, как ... (укажите 3 варианта ответа):
17. Функции маркетинга персонала — это систематические ..., направленные на привлечение, удержание и развитие человеческих ресурсов в организации
18. ... — это модель, определяющая направления инструменты реализации маркетинговой стратегии, призванной воздействовать на потребителя для обеспечения желаемой ответной реакции
19. Персонал-имидж рассматривают как составляющую модели маркетинга-микс ...
20. Неверно, что к направлениям маркетинга персонала относится
21. Степень, в которой сотрудники ощущают свою привязанность и личную заинтересованность в своих обязанностях, компании и ее успехе, — это ... сотрудников

22. Процесс интеграции сотрудников в организацию на основе понимания и освоения ее культуры, политики и рабочих процессов — это ... сотрудников
23. В зависимости от уровня реализации маркетинг персонала подразделяется на ...:
24. К принципам маркетинга персонала относится ориентация на ...
25. Система ... информации — это постоянно действующая структура для сбора, обработки и распределения данных, необходимых для принятия решений в области маркетинга
26. К внешним источникам маркетинговой информации относят ...
27. Проведение маркетинговых исследований соответствует ... функции маркетинга
28. Эффективность маркетинговых исследований рынка труда зависит от ...:
29. Мотивация поведения работодателей на рынке труда и определяющие ее факторы, рассматриваются в качестве объекта при осуществлении маркетингового исследования ...
30. Неверно, что маркетинговые исследования рынка труда предполагают ... информации
31. Сопоставьте области аудита персонала с конкретными направлениями оценки/анализа:
32. Установите соответствие между областями аудита персонала и их составляющими:
33. Расположите этапы работ, осуществляемых в рамках проведения маркетингового исследования регионального рынка труда, в правильной последовательности:
34. Информационное обеспечение маркетинга персонала включает в себя ... *<i>(укажите 3 варианта ответа)</i>*
35. Неверно, что к критериям сегментации относятся ... критерии
36. Определение стоимости рабочей силы, тенденций в формировании уровней заработной платы отдельных категорий работников осуществляется в рамках исследования ... рабочей силы
37. Установление эффективных способов и каналов трудоустройства осуществляется в рамках исследования ... рабочей силы
38. Определение соответствия характеристик соискателей запросам и требованиям работодателей осуществляется в рамках исследования рабочей силы как особого вида ...

39. Мероприятие, направленное на выявление и оценку личностного потенциала работников, определение их соответствия требованиям работодателя и принятой в организации корпоративной культуре — это ...
40. Неверно, что к задачам аудита персонала относят....:
41. Неверно, что к области аудита персонала «Управление персоналом и развитие» относят ... персонала
42. К принципам аудита персонала относятся принципы ... <i>(укажите 3 варианта ответа)</i>
43. Имидж организации на рынке труда — это ... организации, формируемый в сознании действующих и потенциальных сотрудников
44. Неверно, что к факторам, оказывающим влияние на формирование имиджа организации, относят
45. ... — совокупность субъектов и сил, которые непосредственно не воздействуют на деятельность организации на рынке труда, но которые учитываются ею при осуществлении маркетинговой деятельности
46. Третьим этапом процесса управления маркетингом рабочей силы является:
47. Заключительным этапом процесса управления маркетингом рабочей силы является:
48. Неверно, что к факторам макросреды косвенного воздействия можно отнести ...
49. Соискатели, профессиональные ассоциации, кадровые агентства, образовательные организации, относятся к группе факторов прямого воздействия на компанию-работодателя, называемую
50. Совокупность субъектов и сил, подконтрольных организации-работодателю, и оказывающих непосредственное влияние на процессы найма и удержания сотрудников, — это факторы маркетинговой среды ... воздействия
51. Сопоставьте группы факторов макросреды прямого воздействия с конкретными факторами:
52. Установите соответствие между факторами макросреды косвенного воздействия и их составляющими элементами:
53. Расположите этапы процесса управления маркетингом рабочей силы в правильной последовательности:
54. Расположите в правильной последовательности этапы отбора целевых рынков рабочей силы:
55. Разработка комплекса маркетинга рабочей силы включает в себя ... (укажите 3 варианта ответа)
56. Директивный характер является отличительной чертой ... методов управления маркетингом рабочей силы:
57. Актуальность международного маркетинга персонала обуславливается процессами ... (укажите 3 варианта ответа)

58. Неверно, что к характерным чертам международного маркетинга персонала относится ...
59. ... — это относительный эффект, результативность процесса, операции, проекта, определяемые как соотношение результата и затрат, обусловивших или обеспечивающих его получение
60. ... эффективность маркетинга персонала — это показатель, отражающий взаимосвязь между затратами на привлечение, удержание и развитие кадров и получаемыми результатами в виде повышения производительности труда, сокращения текучести кадров и улучшения качества работы сотрудников
61. К показателям социальной эффективности маркетинга персонала можно отнести ... (укажите 3 варианта ответа)
62. ... организации на рынке труда — это образ организации, формируемый в сознании действующих и потенциальных сотрудников
63. Неверно, что к факторам, оказывающим влияние на формирование имиджа, относится ...
64. ... маркетингом рабочей силы — это процесс планирования, координации и контроля маркетинговых действий, связанных с превращением покупательной способности потребителей в эффективный спрос на специфическую рабочую силу
65. Первым этапом процесса управления маркетингом рабочей силы является — ...
66. Неверно, что к факторам макросреды прямого воздействия можно отнести относят ...
67. Неверно, что к группе методов управления маркетингом рабочей силы относятся ... методы
68. Сопоставьте группы факторов макросреды косвенного воздействия с конкретными факторами:
69. Расположите этапы отбора целевых рынков рабочей силы в правильной последовательности:
70. К основным проблемам оценки эффективности маркетинга персонала относят ... (Укажите 3 варианта ответа)
71. Метод «таинственный покупатель» используется для ...
72. Компания «Эко-дом» решила расширить команду разработчиков для работы над новым проектом в области применения экологически чистых технологий для строительства домов. Руководство компании провело общее собрание, на котором объявило о намерении нанять новых специалистов. Вскоре на различных онлайн-платформах для поиска работы были размещены вакансии, однако в описаниях не были указаны конкретные требования к кандидатам и не было выделено, что делает компанию привлекательной для соискателей. После нескольких недель размещения объявлений количество откликов оказалось значительно ниже ожидаемого, и многие кандидаты не

соответствовали даже минимальным требованиям. Выяснив причины, HR-отдел обратил внимание, что конкуренты компании активно привлекали внимание к своим вакансиям, предлагая социальные гарантии.

Какой этап управления маркетингом рабочей силы был проигнорирован руководством компании «Эко-Дом»?

73. ... персонала — мероприятие, направленное на выявление и оценку личностного потенциала работников, определение их соответствия требованиям работодателя и принятой в организации корпоративной культуре

74. К внутренним источникам маркетинговой информации можно отнести ...

75. ... сегмент — группа работников (соискателей), которая характеризуется наибольшей привлекательностью для работодателя с точки зрения потенциала и прибыльности, в отношении которой работодатель предпринимает усилия по привлечению и удержанию кадров

76. Неверно, что эффективность маркетинговых исследований рынка труда напрямую зависит от...

77. Выбор целевых сегментов рынка осуществляется в рамках маркетингового исследования ...

78. Неверно, что маркетинговые исследования рынка труда предполагают ...

79. Сопоставьте области аудита персонала с конкретными направлениями оценки/анализа:

80. Расположите этапы работ, осуществляемых в рамках сбора маркетинговой информации, в правильной последовательности:

81. В качестве предмета изучения при проведении аудита персонала выступают ... (Укажите 3 варианта ответа)

82. Неверно, что к критериям сегментации относятся ... критерии

83. Компания «Инфин» является молодым стартапом, который предлагает инновационные финансовые решения для малого и среднего бизнеса. В связи с расширением спроса на услуги компании руководство решило расширить свою команду, привлечь в штат финансовых консультантов, которые не только обладают финансовыми знаниями, но и разделяют инновационный подход в работе с клиентами.

Какие критерии сегментации рынка труда должны стать приоритетными для компании, чтобы привлечь кандидатов, соответствующих указанному требованию?

84. ... — это деятельность, которая направлена на обеспечение успешных продаж фирмы

85. Комплекс действий по сбыту, включая организацию и распределение товаров, торговлю, стимулирование продаж, рекламу — это маркетинг как ...

86. ... — это вид управленческой деятельности, направленной на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами, образующими стратегический потенциал, с помощью которого возможно решение конкретных целевых задач
87. Неверно, что к принципам маркетинга персонала относится — ...
88. Комплекс мероприятий, направленных на удержание действующих сотрудников и организацию эффективных коммуникаций с ними, — это ...
89. Неверно, что в соответствии с моделью «4Р» элементом маркетинга-микс персонала является ...
90. Сопоставьте концепцию маркетинга рабочей силы с ее содержанием:
91. Расположите концепции маркетинга рабочей силы в хронологической последовательности, согласно их появлению:
92. Борис Юрьевич Сербиновский выделил три функции маркетинга персонала: ...
93. ... — систематические действия и процессы, направленные на привлечение, удержание и развитие человеческих ресурсов в организации
94. Компания «Старт-Про» объявила о запуске программы повышения квалификации сотрудников. Вскоре после начала обучения у работников возникли вопросы о том, планируется ли использование дистанционных форматов обучения, позволяющего не отрываться от рабочих процессов, освоение и развитие каких навыков предусмотрено программой. Несмотря на неоднократные обращения сотрудников, связанные с предоставлением работодателем указанной информации, руководством не было дано каких-либо разъяснений. В результате многие сотрудники выразили сомнение в готовности к обучению.
- Какой из принципов маркетинга персонала нарушен в данной ситуации?