

Питання до заліку

1. Сутність маркетингових досліджень у контексті управління персоналом
2. Основні цілі та завдання маркетингових досліджень у сфері HR.
3. Основні етапи маркетингового дослідження в управлінні персоналом.
4. Вплив інтеграція маркетингових досліджень на розробку стратегії HR.
5. Важливість маркетингових дослідження для успішного управління персоналом.
6. Різниця між кількісними та якісними методами дослідження.
7. Методи збору даних у маркетингових дослідженнях персоналу.
8. Використання опитування та анкетування для дослідження ринку праці.
9. Роль фокус-групи в аналізі персоналу.
10. Вторинні дані та їх використання в маркетингових дослідженнях персоналу.
11. Роль великих даних та аналітики у маркетингових дослідженнях персоналу.
12. У яких випадках кількісні методи збору даних є більш ефективними порівняно з якісними.
13. Сегментація ринку праці в HR-маркетингу.
14. Основні методи сегментації ринку праці.
15. Ідентифікація цільових сегментів для залучення талантів.
16. Поведінкові та демографічні характеристики які враховуються при сегментації ринку праці.
17. Вплив адаптації маркетингових стратегій під різні сегменти
18. Підходи які використовуються для аналізу поведінкових характеристик кандидатів.
19. Бренд роботодавця, і чому він важливий у HR-маркетингу.
20. Методи які використовуються для дослідження сприйняття бренду роботодавця серед кандидатів.
21. Роль корпоративної культури у формуванні бренду роботодавця.
22. Вплив внутрішнього брендування на залучення та утримання талантів.
23. Сприяння маркетингових досліджень на розробку стратегії бренду роботодавця.
24. Які ключові показники ефективності (KPI) використовуються для оцінки HR-маркетингових кампаній.
25. Оцінювання ефективності HR-маркетингових заходів.
26. Методи аналізу результатів маркетингових кампаній які використовуються в HR.
27. Вплив маркетингових заходів на залучення та утримання персоналу.
28. Інструменти які використовуються для моніторингу та оцінки ефективності HR-кампаній.
29. Вплив цифрових технологій на маркетингові дослідження в HR.
30. Роль штучного інтелекту та автоматизації у маркетингових дослідженнях персоналу.