



Владимир Токарев

Маркетинг на рынке вакансий – №5

Стратегия. Карьера.
Маркетинг. Личные продажи.
Командообразование

Владимир Токарев

**Маркетинг на рынке
вакансий – №5. Стратегия.
Карьера. Маркетинг. Личные
продажи. Командообразование**

«Издательские решения»

Токарев В.

Маркетинг на рынке вакансий – №5. Стратегия. Карьера.
Маркетинг. Личные продажи. Командообразование /
В. Токарев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-502473-2

Это пятый номер журнала, который открывает новые профессии — маркетологов и продавцов на рынке вакансий, и предлагает кардинально изменить сущность работы службы персонала. Журнал особенно будет полезным для руководителей и владельцев бизнеса, заинтересованных в победе на рынке вакансий.

ISBN 978-5-00-502473-2

© Токарев В.
© Издательские решения

Содержание

Краткое содержание	6
1. Маркетинг на рынке вакансий	7
31.07.2019 22:38	7
01.08.2019 19:40	8
Интуитивные продажи	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Маркетинг на рынке вакансий – №5 Стратегия. Карьера. Маркетинг. Личные продажи. Командообразование

Владимир Токарев

© Владимир Токарев, 2019

ISBN 978-5-0050-2473-2 (т. 5)

ISBN 978-5-0050-1865-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Лучший (с точки зрения экономической выгоды) вариант приобретения книг по управлению эмоциями, воспитанию силы воли и любым другим темам – приобретать их в магазине издательства Ридеро —



Рис. 1. Книги в магазине издательства Ридеро всегда дешевле.

Краткое содержание

1. Маркетинг на рынке вакансий

Мой блог

2. Товар и услуга

Применительно к рынку вакансий

3. Три программы БШ «Практика 2.0»

Стратегическое управление персоналом. Личные продажи. Командообразование.

4. Алёна начинает и...

Фантастическая бизнес-повесть

Приглашение в будущее

1. Маркетинг на рынке вакансий

Мой блог

31.07.2019 22:38

Раз речь идет о новом журнале (по маркетингу), самое время рассказать про мой маркетинг. История достаточно любопытная.

1. В 1992 году я начал работать старшим преподавателем кафедры экономики нижегородского иняза, читая управленческие дисциплины студентам отделения международного бизнеса, а также работая ассистентом по курсу экономической теории. По своей первой профессии я физик (в сфере полупроводников). Но умудрился до начала работы по новой профессии сдать кандидатские экзамены по рыночной экономике (это был экзамен по специальности «Политическая экономия», включающий два предмета. Это позволяло мне с невозмутимым видом проводить со студентами занятия по рыночной экономике. С такой же наглостью я начал вести и занятия по курсу «Основы менеджмента», предполагая, что могу опереться на свой десятилетний управленческий опыт работы в НИИ (я руководил большой группой, кроме того в последние годы работы в НИИ я выступал или руководителем или зам. руководителя достаточно серьезных НИОКР), ну и, конечно же, на книги по менеджменту, которых было в то время еще маловато.

А на кафедре штатных преподавателей было всего трое, включая заведующую, остальные преподы были приглашенные с других вузов (готовить управленцев в инязе начали только в 1992 году). Причем двое штатников были опытные преподаватели политэкономии еще со времен развитого социализма. Вероятно поэтому зав. кафедры решила, что все, что она посчитает похожим на менеджмент, она поручит именно мне.

– Готовьтесь, Владимир Федорович, скорее всего курс маркетинг со второго семестра будете читать вы, – сказала мне как-то заведующая. Ну я, не зная, что это такое за маркетинг, на всякий случай купил учебник Ф. Котлера и стал потихоньку его прорабатывать.

01.08.2019 19:40

2. Во втором семестре, как и предполагалось, мне поручили курс маркетинга. Как я его осваивал в деталях – особая песня, расскажу чуть позже, отдельно.

Но вот что было потом: по мере перехода студентов с курса на курс, у них, как и положено, менялись предметы. Одна из специальностей отделения международного бизнеса НГЛУ была «Маркетинг». Соответственно, и предметы были по этой специальности (а потом еще и выпускные работы).

Спрашивается, кому поручить разработку новых курсов, не – человеку же, специализирующемуся в вопросах менеджмента (я специализировался именно в менеджменте)? Вопрос риторический – все маркетинговые курсы заведующая кафедрой смело поручала мне.

Перечислю, что помню (кроме курса «Основы маркетинга»):

- Реклама и СМИ,
- Исследование рынка, – Автоматизация исследования рынка, – Стратегический маркетинг, – Управление сбытом,

возможно что-то я пропустил.

Когда я пытался зав. кафедрой объяснить, что Автоматизация исследования рынка и Исследование рынка – это совсем разные вещи, ее это нисколько не смущало – слово рынок присутствовало в каждом названии курса.

С учетом курсов по менеджменту, которых тоже было достаточно, в один год у меня было как у преподавателя в глухой деревне – 10 разных курсов (что называется, от литературы до физкультуры).

Да, к слову, о литературе – на первом этапе литературы по ряду курсов на русском языке просто не было (причина простая – в то время образовательных стандартов по нашим специальностям еще не было). Но у нас была неплохая библиотечка – любители поехать за границу в деловые командировки (в их число меня, разумеется, не включали) привозили с собой книги на разных языках, много на английском. Именно они и сварганили первые программы обучения, переводя аналогичные программы западных вузов, куда они путешествовали не за свой счет.

Поскольку я сдал кое-как кандидатский экзамен по английскому, мне этого хватало, чтобы использовать эту иностранную литературу.

О том, как я организовывал занятия со студентами, чем мне помогала такая практика «сельского учителя» в моей карьере, а также о том, что было дальше, я расскажу в следующих постах моего блога.

Да, кстати, первая часть книги «Маркетинг на рынке вакансий» уже издана и продается не только в магазине издательства Ридеро, но уже и на Амазоне и есть в библиотеке Букмейт, совсем скоро книга появится на Литрес.

PS. На Литрес только что появились первые 4 номера нового журнала и первая часть обозначенной книги. Процесс пошел. Желающие стать первыми в освоении новых профессий в сфере маркетинга и управления персоналом могут начать действовать.

Интуитивные продажи

Любозн. гендир¹. — Ну привет, расскажи, как ты надумал разрабатывать свою технику продаж, будучи специалистом в вопросах менеджмента? Мы же с тобой обсуждали в основном управленческие темы, а тут вдруг продажи.

Автор — Привет! А тебе разве не любопытно как работают твои продавцы? Промышленный раз ты ворвался в отдел продаж, накричал на продавцов, что у них плохие результаты. А когда они попросили тебя научить их правильно продавать, ты немного смутился.

Любозн. гендир. — Ладно, ладно, начинай свою историю. Речь сейчас не обо мне.

Автор – Как скажешь.

Действительно, продажи – не являются главным приоритетом моей профессиональной деятельности. Я занимаюсь вопросами менеджмента: тайм-менеджмента, общего менеджмента, стратегического менеджмента.

Конечно, с темой продаж, тесно связана моя работа – мне самому приходится заниматься личными продажами вот уже более 20 лет, причем это всегда большие продажи (консультационные и тренинговые проекты длительностью до года). Понятно, что в ходе, например, консультационных проектов по реализации стратегии, приходится тесно сотрудничать с менеджерами по продажам, и даже раз, по просьбе клиента (производство и продажа замороженных полуфабрикатов по центральной России), я согласился в течение достаточно длительного периода (пока шла работа по реализации стратегии), поработать в должности заместителя генерального директора по развитию фирмы-клиента с линейным подчинением мне отделов продаж и маркетинга.

А история была такая —

твой коллега – генеральный директор (производство и продажа пластиковых окон и услуг по их установке) надумал заказать семинар по продажам. Но что-то там у него с бизнес-тренером не сложилось, и менеджер по персоналу (Людмила) чуть расстроилась.

Я ей сказал:

– *А давайте подумаем и сами придумаем чему можно учить менеджеров по продажам. Во-первых – это навыки – коммуникации, умение сдерживать свои эмоции при общении с привередливым покупателем и др. А вот что главное?*

¹ Любознательный генеральный директор – это виртуальный персонаж, постоянный спутник и помощник автора в его книгах по вопросам менеджмента, стратегии, тайм-менеджмента, а теперь вот еще и маркетинга.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.