２０００年，社会保险体系逐步建立，养老与失业保险覆盖面扩大。市场营销作为管理人力资源领域的重要内容，反映行业运行现状并提出工作建议。本资料结合当时的行业环境与工作实际，围绕市场营销的基本情况、主要做法、存在问题和对策建议进行梳理归纳，供有关单位和从业人员参考。

从市场营销的实际运行情况看，岗位职责的梳理与说明书的编写已经成为日常工作中较为常见的环节，劳动合同管理、绩效考核等基础性内容受到普遍关注。在人才流动加快，人事代理服务开始出现的背景下，各单位对岗位说明书的重视程度明显提高，新员工入职培训的安排逐步走向规范。总体而言，这一阶段的工作呈现出由经验型向制度型转变的特点。

受制于当时的技术条件和管理水平，市场营销在推进过程中仍存在一些突出问题：一是考核指标偏定性，评价结果主观性较强；二是薪酬与岗位价值挂钩不紧，内部分配存在平均主义；三是人事档案管理不规范，信息更新滞后。这些问题在不同单位的表现程度不一，但都不同程度地影响了工作的整体质量与效率。

针对上述情况，建议从以下几个方面着手改进：理顺薪酬结构，向关键岗位和一线骨干倾斜；按年度制定培训计划并落实考核；建立以岗位职责为基础的考核指标，尽量量化。同时，应把制度建设和人员培训放在重要位置，坚持边实践、边总结、边完善，逐步形成适合本单位实际的工作路子。

从具体做法上看，劳动争议的调解处理是检验工作成效的重要环节。围绕人事档案与劳动关系协调两项内容，不少单位在实践中已经摸索出一些行之有效的做法：把责任落实到岗到人，把标准细化到每一道工序，把检查贯穿到工作全过程，并注意把检查结果与日常考核结合起来。这些做法所需投入不大，但对提高工作质量的作用比较实在，值得在同类单位中

加以推广。

在操作层面，还应当注意把握节奏与方法。此外，还应加强部门之间的沟通协作，减少重复劳动，形成工作合力。相关标准的执行需要一定过渡期，建议先行试点，取得经验后再全面推开。

另外，此外，还应加强部门之间的沟通协作，减少重复劳动，形成工作合力。

另外，对工作中出现的新情况新问题，应及时向上级反映并研究解决办法，避免久拖不决。

另外，需要注意的是，各项措施应结合本单位实际条件量力而行，不宜脱离基础盲目铺开。

另外，条件成熟时，可通过简报、通报等形式通报情况，便于相互借鉴。

另外，把工作成效与考核挂钩，可以较好地调动人员的积极性与责任心。

另外，在资料管理方面，建议按类别建立目录与索引，做到一查即得，避免临时翻找。

另外，从长远看，人才培养和制度建设是两项基础性工作，需要持续投入、久久为功。

另外，遇到跨部门事项，宜事先明确牵头单位与配合单位，避免互相推诿。

另外，经费和人力都相对紧张，应分清轻重缓急，集中力量先把基础环节做扎实。

另外，在具体做法上，多数单位仍以纸质台账和人工登记为主，资料的保存与查找都比较费时。

另外，相关标准的执行需要一定过渡期，建议先行试点，取得经验后再全面推开。