Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор Аннотация к рабочей программе

Дата подписания: 03.09.2020 09:39:36 исциплины «Маркетинг персонала»

Уникальный программный ключ:

9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

Цель изучения дисциплины — формирование теоретических знаний, умений и навыков, которые позволят бакалавру в его будущей профессиональной деятельности с выгодой для своей организации реагировать на изменения ситуации как на рынке труда в целом, так и в его конкретных сегментах.

Задачи изучения дисциплины.

Формирование системы управления маркетингом персонала в организации; знание требований к персоналу и запросы к работодателю; роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации; значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда; информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике (ПК-2);
- знанием основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике (ПК-3);
- владением навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала (ПК-19);
- знанием основ подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации и умением использовать их на практике (ПК-23);
- способностью проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-25). **Разделы дисциплины** Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды. Маркетинговые исследования рынка труда. Маркетинговое планирование потребностей в персонале. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТ	ВЕРЖДА	Ю	
			кономики
	енеджмен		
(но	и <u>мен</u> ование ф		
	Aly	E.B.	Харченко
(по	дпись, инициа	алы, фам	илия)
« 31»	08		_20 <u>16</u> г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

	<mark>НГ персонала</mark> ние дисциплины)
направление подготовки (специально	
	(шифр согласно ФГОС
Управле	ние персоналом
и наименование направления	подготовки (специальности)
Управление перс	оналом организации
наименование профиля, специализа	ции или магистерской программы)
форма обучения	очная
	чно-заочная, заочная)

Рабочая программя
Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования направления подготовки 38.03.03 — Управление персоналом и на основании учебного плана направления подготовки 38.03.03 протокол № 5 « 30»
протокол № <u>5</u> « <u>30</u> »
Рабочая программа обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе для обучения студентов по направлению подготовки 38.03.03 – Управление персоналом на заседании кафедры «Экономики, управления и политики» « 30 »
Зав. кафедрой
Железняков С.С./
Разработчик программы, <u>к.э.н., доцент</u> /Железняков С.С. / (ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.)
Директор научной библиотеки/ Макаровская В.Г./
Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе на основании учебного плана направления подготовки 38.03.03 – Управление персоналом, одобренного Ученым советом университета протокол № 5 «30» 05 2016 г., на заседании кафедры Ученым советом университета протокол (наименование кафедры, дата, номер протокола)
Заведующий кафедрой
Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе на основании учебного плана направления подготовки 38.03.03 – Управление персоналом, одобренного Ученым советом университета протокол № 9 «2€» 03 2048 г., на заседании кафедры 1948 мрешеным 1 № 34 СВ 18 (наименование кафедры, дата, номер протокола)
Заведующий кафедрой Вессиова в. А
Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе на основании учебного плана направления подготовки 38.03.03 – Управление персоналом, одобренного Ученым советом университета протокол № 4 «ЗЗ» 03 20½ г., на заседании кафедры ЗЗ № 31. 03. № 4 (наименование кафедры, дата, номер протокола)
Заведующий кафедрой

обсуждена и рекомендована к на основании учебного плана ение персоналом, одобренного $\frac{\mathcal{Z}}{\mathcal{Z}} = \frac{20}{27}$ г. на аудита « $\frac{20}{27} = \frac{20}{27}$ г.,
Эессонова Е.А
обсуждена и рекомендована к на основании учебного плана ение персоналом, одобренного $\frac{4}{2} \times \frac{35}{20} = \frac{20}{20} \Gamma$. на аудита $\frac{31}{20} \times \frac{31}{20} = \frac{30}{20} \times \frac{31}{20} \Gamma$.
Бесепове Е.А. обсуждена и рекомендована к
на основании учебного плана ение персоналом, одобренного «» 20 г. на аудита «» 20 г.,
обсуждена и рекомендована к на основании учебного плана ение персоналом, одобренного «» 20 г. на

1. Цель и задачи дисциплины, планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Цель дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование теоретических знаний, умений и навыков, которые позволят бакалавру В его будущей профессиональной деятельности c выгодой ДЛЯ своей организации реагировать на изменения ситуации как на рынке труда в целом, так и в его конкретных сегментах.

1.2 Задачи дисциплины

- формирование системы управления маркетингом персонала в организации;
- знание требований к персоналу и запросы к работодателю;
- роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации;
- значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда;
- информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

1.3 Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины

В результате изучения дисциплины обучающийся должен: Знать:

- содержание маркетинговой концепции управления и её применение в управлении персоналом;
- основы методологии управления персоналом (философию, концепцию, сущность,
- закономерности, принципы управления персоналом);
- технологии управления персоналом (найма, отбора, приёма и расстановки персонала);
- технологии управления развитием персонала (управление деловой карьерой и кадровыми нововведениями).
 Уметь:
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы, оценивать их влияние на организацию и её персонал;
- анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности в персонале;
- принимать участие в разработке конкурентных и функциональных стратегий развития организации в части управления персоналом.

Владеть:

- навыками анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала
- владеть навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналом.
- У обучающихся формируются следующие компетенции:
- ПК-2 знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике
- ПК-3 знанием основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике
- ПК-19 владением навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала
- ПК-23 знанием основ готовки, организации и проведения исследований удовлетворенности герсонала работой в организации и умением использовать их на практикє
- ПК-25 способностью ть анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использовать его результаты для принятия управленческих решений.

2 Указание места дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) Б1.В.08 «Маркетинг персонала» относится к вариативной части блока Б1 учебного плана. Изучается – 3 курс, 6 семестр.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ, 180 часов.

Таблица 3.1. – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	73,15
в том числе:	
лекции	36
лабораторные занятия	0
практические занятия	36
экзамен	0
зачет	1,15
курсовая работа (проект)	не предусмотрено
расчетно-графическая (контрольная) работа	не предусмотрено
Аудиторная работа (всего):	73,15
в том числе:	
лекции	36
лабораторные занятия	0
практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	70,85
Контроль / экз. (подготовка к экзамену)	36

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Раздел (тема)	Содержание
	дисциплины	
1	2	3
		Маркетинг: подходы к определению. Принципы
	Маркетинг персонала:	маркетинга персонала.
	подходы к	Уровни маркетинга персонала: стратегический и
1	определению,	оперативный. Внешний и внутренний
	принципы, уровни и	маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс:
	виды	модели, средства, стратегии управления
		персоналом.

2	Маркетинговые исследования рынка труда	Разработка качественных требований к персоналу; определение количественной и качественной потребности в персонале; расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала; выбор путей покрытия потребности в персонале; деловая оценка персонала; анализ и контроль эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям. Изучение рынка труда. Направления изучения рынка труда в маркетинге персонала. Спрос на рабочие места. Потребности и ожидания работников. Рынок труда как комплексный источник потенциальных претендентов.
3	Маркетинговое планирование потребностей в персонале	Этапы оценки потребности в персонале. Определение нормативов трудоемкости. Определение количества временных и стоимостных ресурсов, необходимых для реализации функциональных обязанностей каждой отдельной должности в течении месяца, квартала, года. Позиционирование и продвижение компании в качестве привлекательного работодателя. Материальные факторы. Нематериальные факторы привлекательности. Карьерные возможности, общая атмосфера внугри компании. Имидж работодателя.
4	Применение технологий внугреннего маркетинга в процессах управления персоналом	Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Определение долгосрочных потребностей и возможностей в привлечении и изменении человеческих ресурсов. Управление корпоративной культурой и поведением персонала. Позиционирование компании на том или ином сегменте бизнеса. РК программы развитие внешних коммуникаций. Формирование внешнего имиджа персонала. Описание норм поведения при работе с клиентами и партнерами компании. Программы формирования и поддержки лояльности персонала. Активный поиск: технологии переманивания («партизанский» маркетинг). Пассивный поиск: составление объявления о вакансии, выбор канала рекламы и анализ его эффективности, участие в ярмарках вакансий. Проведение собеседований, комплексной оценки кандидатов (маркетинговые исследования). Переговоры по зарплате. Мотивация персонала. Разработка системы оплаты труда (ценообразование). Разработка мотивационных систем. Персонал — внутренний клиент компании. Управление обучением и развитием персонала. Учет маркетинговых планов компании при разработке программ обучения. Участие маркетинговой службы компании в процессе обучения персонала (стандарты

обслуживания, ориентация на клиента, владение презентацией компании, нетипичные ситуации). Проектирование карьеры (продвижения персонала) на основе логистических процессов.

Таблица 4.1.2 – Содержание дисциплины и ее методическое обеспечение

п/п	Раздел дисциплины	Виды деятельности		Учебно - методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости	Компетенции
		Лек.,	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7
1.	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	9	1	У- 1, 2, 3, 4,	C2, T4, P4	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25
2.	Маркетинговые исследования рынка труда	9	2	У-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 МУ-8	C6, T8, P8	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25
3.	Маркетинговое планирование потребностей в персонале	9	3	У-1, 2, 3, 4, 5, 7 МУ-8	C10, T12, P12	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25
4.	Применение технологий внугреннего маркетинга в процессах управления персоналом	9	4	У- 1, 2, 5, 7, МУ-8	C14, T16, P16	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25
	Итого	36				

Р-реферат

Т-тест

С- собеседование

К – контрольная работа

4.2 Лабораторные и (или) практические занятия

4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1.1 – Практические занятия

Номер	Наименование практического (семинарского) занятия	Объем, час
темы		
1	2	4
1	Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды Семинар	9
2	Тема 2. Маркетинговые исследования рынка труда.Семинар, решение практических заданий, кейс	9
3	Тема 3. Маркетинговое планирование потребностей в персоналеСеминар, решение практических заданий, деловая игра, кейс	9
4	 Тема 4. Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Семинар, решение практических заданий, деловая игра, кейс 	9
Итого	·	36

4.3. Самостоятельная работа студентов (СРС)

Выполняется в соответствии с рабочей программой дисциплины. Задания выдаются в ходе изучения дисциплины. Задачами работы являются: систематизация, закрепление и развитие знаний, полученных в ходе аудиторных занятий; стимулирование более глубокого и систематического изучения дисциплины в течение семестра; развитие умения самостоятельно работать с учебной и специальной литературой; развитие компетентности в маркетинговой деятельности предприятия (организации).

Таблица 4.3.1 – Самостоятельная работа студентов

Наименование раздела дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час.
Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	1-5 неделя	20
Маркетинговые исследования рынка труда	5-9 неделя	20
Маркетинговое планирование потребностей в персонале	10-14 неделя	20
Применение технологий внугреннего маркетинга в процессах управления персоналом	15-17 неделя	10,85
Итого	1	70,85

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

- 1. библиотекой университета:
- библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с УП и данной РПД;
- имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.
 - 2. кафедрой:
- путем обеспечения доступности всего необходимого учебнометодического и справочного материала;
- путем предоставления информации из учебников, учебных пособий и периодических изданий фонда кафедры (библиотека кафедры);
- путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств;
- путем разработки: методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов; заданий для самостоятельной работы; тем рефератов и докладов; вопросов к экзаменам и зачетам; методических указаний к выполнению курсовых работ и т.д.
 - 3. типографией университета:
- помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической литературы;
- удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

6. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС и Приказа Министерства реализация образования и науки РФ от 5 апреля 2017г. №301 компетентностного направлению подхода ПО подготовки «Управление персоналом» предусматривает широкое использование в процессе активных и интерактивных форм проведения образовательном занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. В рамках изучения дисциплины «Маркетинг персонала» предусмотрено проведение лекционных и практических занятий в интерактивной форме - разборов конкретных ситуаций.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 33,33 процента от аудиторных занятий согласно УП.

Таблица 6.1 — Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

		Используемые	Объем,
No	Наименование раздела (лекции, практического или	интерактивные	час.
31⊻	лабораторного занятия)	образовательные	
		технологии	
1	Маркетинговые исследования рынка труда	Лекция-визуализация	4
2	Маркетинговое планирование потребностей в	Лекция-пресс-	4
	персонале	конференция	
3	Применение технологий внутреннего маркетинга в	Помуна с пообором	4
	процессах управления персоналом	Лекция с разбором	
		конкретных ситуаций	
4	Маркетинговое планирование потребностей в	Разбор конкретной	4
	персонале Семинар, решение практических	ситуации	
	заданий, деловая игра, кейс	(анализ ситуации; кейс-	
		задача)	
5	Разработка кадровой стратегии, кадровое	Разбор конкретной	4
	планирование. Семинар, решение практических	ситуации	
	заданий, деловая игра, кейс	(анализ ситуации; кейс-	
		задача)	
6	Участие маркетинговой службы компании в	Разбор конкретной	4
	процессе обучения персонала	ситуации	
		(анализ ситуации; кейс-	
		задача)	
Ито	го:		24

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 7.1.1 – Этапы формирования компетенции

Код и содержание	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули), при		
компетенции	изучении которых формируется данная компетенция		
	Начальный	Основной	Завершающий
ПК-2 знанием основ	Экономика	Основы кадровой	Маркетинг персонала
кадрового	организации	политики и	Прогнозирование и
планирования и		кадрового	планирование
контроллинга, основ		планирования	трудовых ресурсов
маркетинга		Основы маркетинга	Прогнозирование и
персонала,		Практика по	планирование на
разработки и		получению	предприятии
реализации		профессиональных	Преддипломная
стратегии		умений и опыта	практика
привлечения		профессиональной	Защита выпускной
персонала и умением		деятельности	квалификационной
применять их на			работы, включая

	I	I	
практике ПК-3 знанием основ разработки и	Практика по получению	Основы маркетинга Практика по	подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты Маркетинг персонала Управленческий учет
внедрения	первичных	получению	и учет персонала
требований к	профессиональных	профессиональных	Преддипломная
должностям,	умений и навыков	умений и опыта	практика
критериев подбора и	J	профессиональной	Защита выпускной
расстановки		деятельности	квалификационной
персонала, основ		делгеныности	работы, включая
найма, разработки и			подготовку к
внедрения программ			процедуре защиты и
и процедур подбора			процедуру защиты и
и процедур подоора и отбора персонала,			процедуру защиты
владением методами			
деловой оценки			
персонала при найме			
_ * *			
и умение применять			
их на практике ПК-19 владением	Экономическая	Рынок труда	Маркетинг персонала
, ,		Системный анализ	Основы
навыками и	информатика Статистика		
методами сбора		проблем	управленческого
информации для	Защита	предприятия	консультирования
выявления	информации	Основы маркетинга	Стратегическое
потребности и	Информационная	Организация	управление
формирования заказа	безопасность	производста	персоналом
организации в		Управление	Стратегическое
обучении и развитии		производством	планирование
персонала, навыками		Практика по	Преддипломная
сбора информации		получению	практика
для анализа рынка		профессиональных	Защита выпускной
образовательных,		умений и опыта	квалификационной
консалтинговых и		профессиональной	работы, включая
иных видов услуг в области управления		деятельности	подготовку к
			процедуре защиты и процедуру защиты
персоналом, а также навыками получения			процедуру защиты
обратной связи и			
обработки			
результатов			
обучения и иных			
форм			
профессионального			
развития персонала			
ПК-23 – знанием	Экономика и	Основы управления	Маркетинг персонала
основ подготовии,	социология труда	персоналом	Преддипломная
организации и	ощнология груда	Основы маркетинга	практика
проведения		Управление	Защита выпускной
исследований		качеством	квалификационной
удовлетворенности		Квалиметрия	работы, включая
персонала работой в		Практика по	подготовку к
персопала работои в		TIPURTING IIO	подготовку к

организации и умением использсвать их на практикє		получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	процедуре защиты и процедуру защиты
ПК-25 - способис стью проводить знализ рыночных и специфичес сих рисков, св ізанных с деятельнос тык по реализации функций управлен ия персоналом, использовать его результаты для приняти і управлен чески решений х	Основы социального государства Методы и модели в управлении персоналом	Системный анализ проблем предприятия Основы маркетинга Экономическая оценка инвестиций Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Маркетинг персонала Организация предпринимательской деятельности Управленческие решения Разработка управленческих решений Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7.2.1 — Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций (частей компетенций)

Компетенции	Показатели	Критерии и шкала оценивая компетенций				
ии	оценивая компетенций	Пороговый	Продвинутый	Высокий		
		уровень	уровень	уровень		
		(«удовлетворитель	(«хорошо»)	(«онгиито»)		
		но»)	_			
ПК-2	1.Доля	Знает:	Знает:	Знает:		
/основной	освоенных	Поверхностные	Сформированные	Глубокие знания		
	обучающимс	знания структур и	, но содержащие	назначение,		
	я знаний,	содержание	отдельные	структур и		
	умений,	основных видов	пробелы знания	содержание		
	навыков от	стратегий,	структур и	основных видов		
	общего	разрабатываемых в	содержание	стратегий,		
	объема ЗУН,	организации,	основных видов	разрабатываемых		
	установленн	методы	стратегий,	в организации,		
	ых в	стратегического	разрабатываемых	методы		
	п.1.3РПД	планирования; -	в организации,	стратегического		
	2.Качество	основные	методы	планирования;		
	освоенных	инструменты	стратегического	основные		
	обучающимс	реализации	планирования;	инструменты		

	я знаний,	стратегии и	основные	реализации
	умений,	управления	инструменты	стратегии и
	навыков	сопротивлениями	реализации	управления
	3.Умение	стратегическим	стратегии и	сопротивлениями
	применять	изменениям.	управления	стратегическим
	знания,	Умеет:	сопротивлениями	изменениям.
	-	Способен	стратегическим	Умеет:
	умения,		изменениям.	Способен
	навыки в	принимать	Умеет:	
	типовых и	использовать		самостоятельно
	нестандартн	информацию,	Сформированное	использовать
	ых ситуациях	полученную в	умение	информацию,
		результате	использовать	полученную в
		маркетинговых	информацию,	результате
		исследований для	полученную в	маркетинговых
		принятия	результате	исследований для
		стратегических	маркетинговых	принятия
		решений,	исследований для	стратегических
		разрабатывать	принятия	решений,
		тактические	стратегических	разрабатывать
		программы	решений,	тактические
		осуществления	разрабатывать	программы
		стратегических	тактические	осуществления
		изменений и	программы	стратегических
		оценивать их	осуществления	изменений и
		эффективность.	стратегических	оценивать их
		Владеет:	изменений и	эффективность.
		Элементарными	оценивать их	Владеет:
		навыками методами	эффективность.	Способен
		планирования	Владеет:	самостоятельно,
		деятельности	Основными	правильно и
		организации;	навыки методами	эффективно
		методами	планирования	методами
		реализации	деятельности	планирования
		основных	организации;	деятельности
		управленческих	методами	организации;
		функций в сфере	реализации	методами
		управления	основных	реализации
		персоналом.	управленческих	основных
			функций в сфере	управленческих
			управления	функций в сфере
			персоналом.	управления
				персоналом.
ПК-3	1.Доля	Знает:	Знает:	Знает:
/основной	освоенных	Поверхностные	Сформированные	Глубокие знания
	обучающимс	знания анализа и	, но содержащие	методов и средств
	я знаний,	оценки	отдельные	методы анализа и
	умений,	потенциальной	пробелы знания	оценки
	навыков от	опасности объектов	методы анализа и	потенциальной
	общего	экономики для	оценки	опасности
	объема ЗУН,	человека и среды	потенциальной	объектов
	установленн	обитания,	опасности	экономики для
	ых в	- информационные	объектов	человека и среды
ii			1	

п.1.3РПД
2.Качество освоенных обучающимс я знаний, умений, навыков
3.Умение применять знания, умения, навыки в типовых и нестандартных ситуаииях

технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Способен собирать данные для анализа оценки потенциальной опасности объектов экономки ДЛЯ человека и среды обитания. - пользоваться информационными технологиями и профессиональными программными комплексами в области техносферной безопасности. Владеет: элементарными навыками анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики для человека и среды обитания. навыками использования информационных технологий И профессиональных программных комплексов в области техносферной безопасности

экономики человека и среды обитания, - информационные технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Сформированное умение собирать ланные анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономки для человека и среды обитания, пользоваться информационными технологиями профессиональным программными комплексами области техносферной безопасности. Владеет: Основными навыки анализа и опенки потенциальной опасности объектов экономики ДЛЯ человека и среды обитания, навыками использования информационных технологий И профессиональных программных комплексов области

техносферной безопасности обитания. - информационные технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Способен самостоятельно собирать данные ДЛЯ анализа оценки потенциальной опасности объектов экономки ДЛЯ человека и среды обитания.пользова ться информационными технологиями профессиональным программными комплексами области техносферной безопасности. Влалеет: Уверенно владеет навыками анализа опенки потенциальной опасности объектов экономики ЛЛЯ человека и среды обитания, навыкам использования информационных технологий профессиональных программных комплексов В области техносферной безопасности.

ПК-19 1.Доля Знает: Знает: Знает: Глубокие /основной освоенных Поверхностные Сформированные знания обучающимс знания основ сбора , но содержащие основы сбора информации ДЛЯ отдельные информации ДЛЯ я знаний, выявления пробелы выявления умений, знания потребности основ сбора потребности навыков от И И формирования информации для формирования общего заказа организации выявления объема ЗУН, заказа обучении потребности установленн организации В развитии персонала, формирования обучении ых в И основы аналитики заказа *п.1.3РПД* развитии рынка организации 2.Качество персонала, основы образовательных, обучении аналитики рынка освоенных консалтинговых развитии образовательных, обучающимс иных видов услуг в персонала, консалтинговых и я знаний, области управления основы иных видов услуг умений, персоналом аналитики рынка навыков области Умеет: образовательных, 3.Умение управления Способен выявлять консалтинговых персоналом. применять потребности вилов знания, иных Умеет: формировать услуг в области заказ Способен умения, управления организации навыки в самостоятельно обучении персоналом. типовых и выявлять развитии персонала Умеет: нестандартн потребности И Сформированное использовать ых ситуациях формировать обратную связь и умение выявлять заказ организации обработку потребности обучении результатов формировать развитии обучения и иных заказ персонала форм Владеет: организации использовать Основными обучении обратную связь и развитии навыками обработку информацией ДЛЯ персонала результатов выявления использовать обучения и иных обратную связь и потребности форм. обработку формирования Владеет: результатов заказа организации Способен обучения и иных обучении самостоятельно. развитии персонала форм. правильно И Владеет: собирать данные эффективно Сформированы для анализа рынка информацией для навыки образовательных, выявления информацией для консалтинговых потребности И иных видов услуг в выявления формирования потребности области управления заказа формирования персоналом, организации В заказа навыками обучении И организации получения развитии обучении обратной связи и персонала развитии обработки собирать данные результатов персонала для анализа рынка собирать данные обучения и иных образовательных,

		T 2	T	
		форм	для анализа	консалтинговых и
			рынка	иных видов услуг
			образовательных,	в области
			консалтинговых	управления
			и иных видов	персоналом,
			услуг в области	навыками
			управления	получения
			персоналом,	обратной связи и
			навыками	обработки
			получения	результатов
			обратной связи и	обучения и иных
			обработки	форм
			результатов	
			обучения и иных	
			форм	
ПК-23	1.Доля	Знает:	Знает:	Знает:
/основной	освоенных	Поверхностные	Сформированные	Глубокие знания
	обучающимс	знания основы	, но содержащие	методов и средств
	я знаний,	управления	отдельные	проведения
	умений,	поведением	пробелы знания	основы
	навыков от	персонала;принцип	основы	управления
	общего	Ы	управления	поведением
	объема ЗУН,	удовлетворенности	поведением	персонала;
	установленн	персонала трудом	персонала;принц	принципы
	ых в	Умеет:	ипы	_
	n.1.3РПД	Способениспользов	удовлетвореннос	удовлетворенност
	n.1.31 11 <u>Д</u> 2.Качество		-	и персонала
		ать на практике исследований	ти персонала	трудом Умеет:
	освоенных		трудом.	
	обучающимс	удовлетворенности	Умеет:	Способен
	я знаний,	персонала работой;	Сформированное	самостоятельно -
	умений,	разрабатывать	умение	использовать на
	навыков	программу	использовать на	практике
	3.Умение	мотивации и	практике	исследований
	применять	стимулирования	исследований	удовлетворенност
	знания,	персонала	удовлетвореннос	и персонала
	умения,	Владеет:	ти персонала	работой;
	навыки в	Основными	работой;	разрабатывать
	типовых и	навыками	разрабатывать	программу
	нестандартн	подготовки,	программу	мотивации и
	ых ситуациях	организации и	мотивации и	стимулирования
		проведения	стимулирования	персонала
		программы	персонала.	Владеет:
		исследования	Владеет:	Уверенно владеет
		удовлетворенности	Сформированы	навыками
		персонала	навыки	подготовки,
		организации	планирования,	организации и
		трудом;	навыками	проведения
		составление	подготовки,	программы
		программы	организации и	исследования
		мотивации	проведения	удовлетворенност
		персонала	программы	и персонала
		•	исследования	организации
			, ,	организации

			VIIODIIATROPALILIOC	трупом:
			удовлетвореннос	трудом;
			ти персонала	составление
			организации	программы
			трудом;	мотивации
			составление	персонала.
			программы	
			мотивации	
THC 25	1.77	n	персонала	n
ПК-25	1.Доля	Знает:	Знает:	Знает:
/основной	освоенных	Поверхностные	Сформированные	Глубокие знания
	обучающимс	знания и проводить	, но содержащие	методов и средств
	я знаний,	анализ рыночных	отдельные и	и проводить
	умений,	рисков, связанных с	проводить анализ	анализ рыночных
	навыков от	деятельностью по	рыночных	рисков, связанных
	общего	реализации	рисков,	с деятельностью
	объема ЗУН,	функций	связанных с	по реализации
	установленн	управления	деятельностью по	функций
	ых в	персоналом;	реализации	управления
	n.1.3РПД	проводить анализ	функций	персоналом;
	2.Качество	специфических	управления	проводить анализ
	освоенных	рисков, связанных с	персоналом;	специфических
	обучающимс	деятельностью по	проводить анализ	рисков, связанных
	я знаний,	реализации	специфических	с деятельностью
	умений,	функций	рисков,	по реализации
	навыков	управления	связанных с	функций
	3.Умение	персоналом.	деятельностью по	управления
	применять	Умеет: Способен	реализации	персоналом.
	знания,		функций	Умеет:
	умения,	принимать участие	управления	Способен
	навыки в	использовать	персоналом.	самостоятельно
	типовых и	результаты анализа	Умеет:	организовать
	нестандартн	для принятия	Сформированное	использовать
	ых ситуациях	управленческих	умение	результаты
		решений;	использовать	анализа для
		применять	результаты	принятия
		результаты анализа	анализа для	управленческих
		на практике. Владеет:	принятия	решений;
			управленческих	применять
		Элементарными навыками	решений;	результаты
		разработка и	применять	анализа на
		разработка и реализация	результаты	практике.
		_	анализа на	Владеет:
		управленческих решений при	практике	Уверенно владеет
		решений при возникновении	Владеет: Основными	навыками
				разработка и
		рыночных рисков; навыками:	навыки	реализация
		_	планирования,	управленческих
		разработка и реализация	навыками разработка и	решений при
		управленческих		возникновении
			реализация	рыночных рисков;
		решений при возникновении	управленческих решений при	навыками:
		DOSHIMMIODOHIM	решений при	разработка и

специфических	возникновении	реализация	
рисков.	рыночных	управленческих	
-	рисков; -	решений при	
	навыками:	возникновении	
	разработка и	специфических	
	реализация	рисков.	
	управленческих	-	
	решений при		
	возникновении		
	специфических		
	рисков.		

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Таблица 7.3.1 – Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контро	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал
		лируем ой компет енции (или её части)		наименова ние	<u>№№</u> задан ий	оценивания
1	Маркетинг		Лекция	Рефераты	№ 1-6	Согласно
	персонала: подходы к	ПК-2,	Практическое занятие	Тест	№ 1	табл.7.1
	определени ю, принципы, уровни и виды	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Занятие Самостоятельная работа	Собеседован ие	№ 1-5	
2	Маркетинго	ПК-2,	Лекция	Рефераты	№7-12	Согласно
	вые	ПК-3,	Практическое занятие	Тесты	№ 2	табл.7.1
	исследован ия рынка труда	ПК-19, ПК-23, ПК-25	Самостоятельная работа	Собеседован ие	№6-14	
3	Маркетинго вое планирован ие потребносте й в персонале	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты Собеседован ие	№8-14 №20- 25	Согласно табл.7.1

4	Применени е технологий внутреннег о маркетинга в процессах управления	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты Собеседован ие Контрольна я работа	№26- 30 №26- 30	Согласно табл.7.1
	персоналом					

Примеры типовых контрольных заданий для текущего контроля

Тест 1

- 1. Чем объясняет классическая теория возможность полной занятости?
 - А. Сокращением прироста населения и трудовых ресурсов.
 - Б. Стремлением людей к более полному удовлетворению своих потребностей.
 - В. Эластичностью соотношения цен и заработной платы и изменением ставки процента.
 - Г. Ростом заработной платы и доходов.
 - Д. Увеличением инвестиций.
- 2. Рост органического строения капитала это:
 - А. Увеличение доли затрат капитала на здания и сооружения.
 - Б. Увеличение доли постоянного капитала и уменьшение доли переменного.
 - В. Увеличение его массы при неизменных ценах.
 - Г. Расширение источников его образования за счет отраслей и сфер.
- 3. Сущность фискальной политики Д. Кейнса состоит:
 - А. В увеличении налогов.
 - Б. В сокращении доходов государственного бюджета.
 - В. В сдерживании роста цен.
 - Г. В сокращении затрат на социальные нужды.
 - Д. В увеличении расходов государственного бюджета и сокращении налогов.
- 4. Стагфляция характеризуется:
 - А. Ростом инфляции.
 - Б. Одновременным увеличением инфляции и безработицы.
 - В. Ростом безработицы и уменьшением инфляции.
 - Г. Уменьшением безработицы и увеличением инфляции.
 - Д. Одновременным уменьшением инфляции и безработицы.

- 5. Монетаристы считают важнейшими факторами, определяющими уровень производства и занятость:
 - А. Объем и изменение инвестиций.
 - Б. Сбалансированность государственного бюджета.
 - В. Предложение денег.
 - Г. Снижение затрат на производство продукции.
 - Д. Рост производительности труда.

Тест 2

- 1. Наиболее эффективной мерой содействия занятости является
 - а. Обеспечение материальной поддержки безработных
 - b. Развитие системы общественных работ
 - с. Создание новых рабочих мест
 - d. Осуществление психологической помощи безработным
- 2. Наиболее действенной мерой поддержки выпускников средней школы на рынке труда выступает
 - а. Содействие предпринимательской инициативе
 - b. Содействие профессиональной подготовке
 - с. Обеспечение материальной поддержки
 - d. Осуществление психологической помощи
- 3. Что из ниже перечисленного относиться к естественной институциональной безработице
 - а. Связана с периодом, необходимым для поисков новой работы по причине получения образования, перемены места жительства, а также миграции рабочей силы в поисках более доходных и комфортных рабочих мест
 - b. Вызвана изменениями структуры производства в масштабе одного предприятия (фирмы)
 - с. Вызывается общим снижением уровня экономической конъюнктуры
 - d. Порождается правовыми нормами, устройством рынка труда
- 4. Какими параметрами измеряется безработица?
 - а. Объемом регистрируемой безработицы
 - b. Материальным достатком безработного человека и его семьи
 - с. Уровнем и продолжительностью безработицы
 - d. Национальной структурой занятости
- 5. Безработица присуща....
 - а. Только обществу с рыночной экономикой
 - b. Только обществу с командно-административной экономикой
 - с. Обществам и с командно-административной и с рыночной экономикой
 - d. Нет правильного ответа
- 6. Безработица имеет место на рынке труда
 - а. Постоянно
 - b. Циклически

- с. В условиях экономического кризиса
- d. В период структурной перестройки экономики
- 7. Данная безработица вызывается изменениями структуры производства в масштабе одного предприятия (фирмы).
 - а. Фрикционная безработица
 - Институциональная безработица
 - с. Структурная безработица
 - d. Технологическая безработица

Примерная тематика рефератов

- 1. Маркетинговая концепция управления персоналом.
- 2. Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности.
- 3. Научные основы маркетинга персонала.
- 4. Технология маркетинга персонала.
- 5. Подсистема планирования и маркетинга персонала в управлении персоналом.
- 6. Функции маркетинга персонала.
- 7. Источники и пути покрытия потребности организации в персонале.
- 8. Методы прогнозирования потребности в персонале.
- 9. Кадровый аудит как инструмент маркетинга персонала.
- 10. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
- 11. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.
- 12. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.
- 13. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
- 14. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
- 15. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.
- 16. Анализ основных конкурентов на рынке труда.
- 17. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
- 18. Составные части имиджа организации и факторы его формирования.
- 19. Маркетинговый подход к развитию кадрового потенциала организации.
- 20. Организация маркетинга персонала на предприятии.
- 21. Оценка эффективности деятельности организации работодателя на рынке труда.
- 22. Тестирование персонал-маркетинга организации.
- 23. Изучение требований работников и кандидатов к рабочим местам.
- 24. Анализ конкурентов на рынке труда.
- 25. Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий для формирования кадровой политики организации.
- 26. Организационно-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий в системе управления персоналом организации.
- 27. Разработка плана маркетинга персонала.
- 28. Разработка программы кадрового аудита.

- 29. Рынок труда и его роль в формировании кадрового потенциала организации.
- 30. Маркетинг как инструмент планирования карьеры.
- 31. Формирование трудового потенциала организации.
- 32. Маркетинговый подход в управлении персоналом.
- 33. Оценка эффективности управления персоналом.
- 34. Имидж фирмы и его значение в маркетинге персонала.
- 35. Концепция «внутреннего клиента» и ее применение в управлении персоналом.
- 36. Потенциал маркетинговых технологий и их применение в управлении персоналом.

Вопросы для собеседования

- 1. Сущность и содержание понятия «маркетинг персонала».
- 2. Маркетинг персонала и его цели
- 3. Внешние и внутренние факторы, влияющие на персоналмаркетинг
 - 4. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.
 - 5. Целевой маркетинг.
 - 6. Внутренний и внешний маркетинг персонала.
 - 7. Маркетиг персонала-микс.
 - 8. Основные этапы развития маркетинга персонала.
 - 9. Основные теории маркетинга персонала.
 - 10. Современные концепции маркетинга персонала.
- 11. Функции маркетинга персонала: традиционный и рыночный подходы.
 - 12. Разработка качественных требований к персоналу.
 - 13. Должностные инструкции. Основные требования к их разработке.
 - 14. Исследование внешней и внутренней среды организации.
 - 15. Исследование рынка труда. Внешний и внутренний рынки труда.
 - 16. Инфраструктура рынка труда.
 - 17. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.
 - 18. Коммуникационная функция маркетинга персонала.
- 19. Сегментирование рынка труда. Основные критерии сегментирования рынка труда.
 - 20. Основные направления маркетинга персонала.
 - 21. Основные этапы маркетинговой деятельности.
 - 22. Анализ конкурентов на рынке труда.
 - 23. Анализ партнеров на рынке труда.
- 24. Определение количественной и качественной потребности в персонале.
 - 25. Методы определения количественной потребности в персонале.
- 26. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала.

- 27. Внешние и внутренние источники покрытия потребности в персонале
 - 28. Активные и пассивные пути покрытия потребности в персонале.
 - 29. Этапы оценки потребности в персонале
 - 30. Реклама и PR-технологии в системе кадрового маркетинга.

Варианты контрольных работ

Перечень теоретических вопросов контрольной работы

- 1. Имидж организации и его связь с маркетингом персонала
- 2. Внутренние и внешние фактора, влияющие на маркетинг персонала.
- 3. Роль и место маркетинга персонала в зарубежном опыте менеджмента.
- 4. Взаимодействие маркетинга персонала с теориями мотивации.
- 5. Методологические основы маркетинга рабочей силы
- 6. Ценовая политика в маркетинге персонала
- 7. Позиционирование товара «рабочая сила» на рынке
- 8. Внутренний маркетинг персонала в Российских компаниях
- 9. Маркетинг и лизинг персонала.
- 10. Выбор и реализация стратегии маркетинга персонала

Практическая часть контрольной работы

В практической части контрольной работы необходимо представить оценку состояния рынка труда (регионального или отраслевого) и предложить возможные перспективы развития.

Практические задания (работа в группах):

- 1. Провести контент-анализ объявлений с предложениями о работе, на основе которого оценить масштабы дискриминации на рынке труда г. Тюмени. Какие модели дискриминации использованы?
- 2. Способствуют ли разнообразные нестандартные (в том числе неформальные) способы адаптации агентов рынка труда его гибкости? Каким образом? Разработайте предложения по снижению неформальной занятости в регионе.
- 3. На основе статистических данных и с использованием имеющихся программных продуктов (SPSS, Excel) провести статистический анализ занятости населения Курской области. Исследовать взаимосвязи занятости с важнейшими макроэкономическими показателями на основе статистического анализа перекрестных данных. Провести анализ и прогнозирование динамики занятости на уровне региона. Проанализировать структурные изменения занятости. По имеющимся данным построить тренд и дать прогноз по динамике безработицы в области.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

- Положение П 02.016–2015 «О балльно-рейтинговой системе оценки качества освоения образовательных программ»;
- методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для *текущего контроля* по дисциплине, в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы, применяется следующий порядок начисления баллов.

Таблица 7.4.1 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

	Ми	нимальный балл	Мак	симальный балл
Тема	балл	примечание	балл	примечание
Тема 1 Маркетинг		Для выполнения		В ходе занятий
персонала:	1	практических	5	продемонстрировано
подходы к		заданий менее 50%		глубокое знание
определению,				материала по
принципы, уровни				изученным темам.
и виды				
Тема 2		Для выполнения		Полностью
Маркетинговые	1	практических	5	выполнены
исследования		заданий менее 50%		практические
рынка труда				задания
Тема 3		В ходе занятий		Полностью
Маркетинговое	1	продемонстрировано	5	выполнены
планирование		удовлетворительное		практические
потребностей в		знание материала по		задания
персонале		изученным темам.		
Тема 4		Для выполнения		В ходе занятий
Применение	1	практических	5	продемонстрировано
технологий		заданий менее 50%		глубокое знание
внутреннего				материала по
маркетинга в				изученным темам.
процессах				
управления				
персоналом				
	7	Тема не раскрыта	14	Выполнено
СРС (реферат)		полностью, не даны		индивидуальное
		ответы на вопросы.		задание в полном

				объеме, даны ответы на поставленные вопросы
Тест №1	2	Даны правильные ответы на 50% вопросов	4	Даны правильные ответы на 100% вопросов
Тест №2	2	Даны правильные ответы на 50% вопросов	4	Даны правильные ответы на 100% вопросов
Тест №3	2	Даны правильные ответы на 50% вопросов	4	Даны правильные ответы на 100% вопросов
Тест №4	2	Даны правильные ответы на 50% вопросов	4	Даны правильные ответы на 100% вопросов
Итого	24		48	
Посещаемость	0	Не посещал занятия	16	Посетил все занятия, предусмотренные расписанием
Зачет	12	Ответы неполные, удовлетворительное знание материала	36	Даны полные ответы на все вопросы
Итого	36		100	

Для промежуточной аттестации, проводимой в форме тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ - 16 заданий (15 вопросов и одна задача).

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме 2 балла,
- задание в открытой форме 2 балла,
- задание на установление правильной последовательности 2 балла,
- задание на установление соответствия $-\,2\,$ балла,
- решение задачи 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование - 36 баллов.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1 Основная учебная литература

1. Управление персоналом [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. И. Михайлина, Л. В. Матраева, Д. Л. Михайлин, А. В. Беляк. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 280 с. - Режим доступа : http://biblioclub.ru/

2. Управление персоналом [Электронный ресурс] : учебник / под ред.: Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 561 с. - Режим доступа : http://biblioclub.ru/

8.2 Дополнительная учебная литература

- 3. Гавриленко, Н. И. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. 194 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/
- 4. Иган, Джон Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс]: учебник / Иган Джон; пер. Е. Э. Лалаян. 2-е изд. М.: Юнити-Дана, 2015. 375 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/
- 5. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я=Marketing Insights from A to Z. 80 Concepts Every Manager Needs То Know: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс] / Ф. Котлер; под ред. М. Суханова; пер. Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук. М. : Альпина Паблишер, 2016. 211 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742
- 6. Котова, О. Н. Практикум по маркетингу [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Н. Котова, А. В. Старикова. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2010. 148 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/
- 7. Минько, Э. В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. М.: Юнити-Дана, 2015. 351 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/

8.3. Перечень методических указаний

8. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: методические указания по самостоятельной работе для студентов направления подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. И. В. Бабенко. -Электрон. текстовые дан. (464 КБ). - Курск : ЮЗГУ, 2017. - 17 с.

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Официальные издания и документы

http://www.government.ru - Интернет-портал Правительства Российской Федерации

http://www.economy.gov.ru - Министерство экономического развития Российской Федерации

http://www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики http://www.rbcnet.ru - Торгово-промышленная палата РФ

Средства массовой информации

http://www.rg.ru - Российская газета - официальное издание для документов Правительства РФ

http://www.FINGAZETA.ru - Еженедельник "Финансовая газета" http://www.vedomosti.ru - Ежедневная деловая газета Ведомости http://www.expert.ru - журнал "Эксперт".

Электронные энциклопедии, справочники, учебники, книги http://ru.wikipedia.org/wiki/Маркетинг - Матери алы Википедии — свободной энциклопедии

http://www.rsl.ru - Официальный сайт Российской государственной библиотеки

http://www.aup.ru - Электронная библиотека для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий http://md-marketing.ru - MD-Marketing.ru: все о маркетинге

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и семинарские занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной Он вступительного преподавателя, тематике. начинается co слова занятия и характеризующего его основную формулирующего цель проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно всередине занятия. выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам. В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает в конце семинара, выставляя в рабочий журнал баллы. Студент имеет право ознакомиться с ними.

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

LibreOffice <u>ru.libreoffice.org/download/</u> - свободно распространяемое и бесплатное ПО Kaspersky Endpoint Security Russian Edition <u>Лицензия 156A-160809-093725-387-506</u>

База данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Курской области (договор б/н/2 от 30.06.2014 г.)

Windows 7 <u>Договор IT000012385</u>

База данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Курской области (договор б/н/2 от30.06.2014 г.)

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Учебная мебель: столы, стулья для обучающихся; стол, стул для преподавателя; доска. мультимедиа центр: ноутбук Asus X50VL PMD-2330/14"/1024Mb/160Gb/сумка/ проектор inFocusIN24+

Аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Учебная мебель: столы, стулья для обучающихся; стол, стул для преподавателя; доска. мультимедиа центр: ноутбук Asus X50VL PMD-2330/14"/1024Mb/160Gb/сумка/

проектор inFocusIN24+

Для самостоятельной работы студентов читальный зал научной и учебной литературы Юго-Западного государственного университета

Электронный зал 1 (2 этаж):

Комплект мебели (столы, стулья)

ПЭВМ P4 3000/DDR 512Mb/HDD 80Gb/CD-ReWFDD3.5"/17" ТFТ (27600) – 4 шт.

ПК DURON 1600/128Mb/40G/SVGA 64Mb GF4 MX440/FDD/k/m/pad/15'PLUS UPS/LAN – 1 шт.

ПЭВМ 300W inwin/ INTEL CEL2800/Sis661/

FDD3.5/512/DVDRW/HDD80/ - 1 IIIT.

ΠKPentium4 2000Hz/512MbDDR/120G 7200/

CDRW/64MbSVGAGF4MX440/k/m/15' - 1 IIIT.

ПЭВМРеіntіum $4\,3.0\ \Gamma\Gamma$ ц s775/i865GV/512Mb/80r6/FDD/CD-RW/3 $50\ W$ /ЖК $17'\ (22915)-3\ шт$.

13. Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу

Номер		Номер	а страниц		Всего	Дата	Основание для
измен ения	изменен ных	заменен	аннулиров анных	новых	страниц		изменения и подпись лица, проводившего изменения
1	×	5			1	01.09. 2017 г.	Приказ ЮЗГУ от 31 августа 2017 г. №576
2		9	e		1	01.09.	Приказ Министерства образования и науки РФ от 5 апреля 2017 г.
	н	250	3		6	2017 г.	№301, протокол кафедры ЭУиП №2 от 1.09.2017г.
		- 2	z e				
	a a			p u		8 8	
10			× _n	ė	<u>n</u>		
*			2	12	20	8	
		18					
							e e
100	a a						
8	8 8						e .

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ	
Декан факультета экономика	И
и менеджмента	
(наименование ф-та полностью)	
Е.В. Харченк	0
(подпись, инициалы, фамилия)	
« <u>31</u> » 08 20 <u>16</u> г.	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

	Маркетинг персон	ала
	(наименование дисциплин	(61)
направление подготовки (с	пециальность)	38.03.03
	The Bright Stagement popular	(шифр согласно ФГОС
	Управление персоп	налом
и наименован	ие направления подготовки (с	
Управ	ление персоналом ор	ганизации
наименование профі	ля, специализации или магис	терской программы)
форма обучения	заочная	
	(очная очно-заочная з	аочная)

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования направления подготовки 38.03.03 – Управление персоналом и на основании учебного плана направления подготовки 38.03.03 – Управление персоналом организации, одобренного Ученым советом университета протокол № 5 « 30» 2016_ г.
Рабочая программа обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе для обучения студентов по направлению подготовки $38.03.03$ – Управление персоналом на заседании кафедры «Экономики, управления и политики» « 30 » — 08 — 2016 г., протокол 10 —
Зав. кафедрой /Железняков С.С./
Разработчик программы, <u>к.э.н., доцент</u> /Железняков С.С. / (ученая степень, ученое вание, Ф.И.О.)
Директор научной библиотеки <u>Blanaf</u> / Макаровская В.Г./
Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе на основании учебного плана направления подготовки 38.03.03 – Управление персоналом, одобренного Ученым советом университета протокол № 5 «30» 05 2016 г., на заседании кафедры Ум. В протоком (наименование кафедры, дата, номер протокола) Заведующий кафедрой — Образовати в протоком образоваться в протоком образоваться в протоком образоваться в протоком образоваться в протоком образовательном образоват
Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе на основании учебного плана направления подготовки 38.03.03 – Управление персоналом, одобренного Ученым советом университета протокол № 10 « 10» 05 20 6 г., на заседании кафедры 5 9 г ч м мренеров 1 в меренеров
Заведующий кифедроп
Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе на основании учебного плана направления подготовки 38.03.03 – Управление персоналом, одобренного Ученым советом университета протокол № 5 «30» 01 2017г., на заседании кафедры 19 и А от 30.08. 2019 № 1 (наименование кафедры, дата, номер протокола)
Заведующий кафедрой

	есмотрена, обсуждена и рекомендована к применению
	на основании учебного плана направления подготовки
	налом, одобренного Ученым советом университета
протокол № 9 «26»	03 20 18 г. на заседании кафедры
Hu A	«31» 08 2020 г., протокол № <u>1</u> .
Зав. кафедрой	Deceouose c.A.
Рабочая программа пер	есмотрена, обсуждена и рекомендована к применению
A1 A	на основании учебного плана направления подготовки
	налом, одобренного Ученым советом университета
протокол № 7 «29»	23 20 /9 г. на заседании кафедры
994A	«С2» С7 20 / г., протокол № 21.
Зав. кафедрой	Tessonoba E. A.
	есмотрена, обсуждена и рекомендована к применению на основании учебного плана направления подготовки
	налом, одобренного Ученым советом университета
протокол № <u>¥</u> « <u>25</u> » Эч Я	
Зав. кафедрой	bereouve E.A
в образовательном процессе	есмотрена, обсуждена и рекомендована к применению на основании учебного плана направления подготовки налом, одобренного Ученым советом университета
протокол № «»	г. на заседании кафедры
Зав. кафедрой	

1. Цель и задачи дисциплины, планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Цель дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование теоретических знаний, умений и навыков, которые позволят бакалавру В его будущей профессиональной деятельности c выгодой ДЛЯ своей организации реагировать на изменения ситуации как на рынке труда в целом, так и в его конкретных сегментах.

1.2 Задачи дисциплины

- формирование системы управления маркетингом персонала в организации;
- знание требований к персоналу и запросы к работодателю;
- роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации;
- значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда;
- информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

1.3 Компетенции, формируемые в результате освоения учебной лисциплины

В результате изучения дисциплины обучающийся должен: Знать:

- содержание маркетинговой концепции управления и её применение в управлении персоналом;
- основы методологии управления персоналом (философию, концепцию, сущность,
- закономерности, принципы управления персоналом);
- технологии управления персоналом (найма, отбора, приёма и расстановки персонала);
- технологии управления развитием персонала (управление деловой карьерой и кадровыми нововведениями).
 Уметь:
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы, оценивать их влияние на организацию и её персонал;
- анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности в персонале;
- принимать участие в разработке конкурентных и функциональных стратегий развития организации в части управления персоналом.

Владеть:

- навыками анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала
- владеть навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналом.
- У обучающихся формируются следующие компетенции:
- ПК-2 знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике
- ПК-3 знанием основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике
- ПК-19 владением навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала
- ПК-23 знанием основ готовки, организации и проведения исследований удовлетворенности герсонала работой в организации и умением использовать их на практикє
- ПК-25 способностью ть анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использовать его результаты для принятия управленческих решений.

2 Указание места дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) Б1.В.08 «Маркетинг персонала» относится к вариативной части блока Б1 учебного плана. Изучается – 3 курс, 6 семестр.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ, 180 часов.

Таблица 3.1. – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	14,12
в том числе:	
лекции	36
лабораторные занятия	0
практические занятия	36
экзамен	0
зачет	1,12
курсовая работа (проект)	не предусмотрено
расчетно-графическая (контрольная) работа	не предусмотрено
Аудиторная работа (всего):	14,12
в том числе:	
лекции	36
лабораторные занятия	0
практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	156,88
Контроль / экз. (подготовка к экзамену)	9

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Раздел (тема)	Содержание	
	дисциплины		
1	2	3	
		Маркетинг: подходы к определению. Принципы	
	Маркетинг персонала:	маркетинга персонала.	
	подходы к	Уровни маркетинга персонала: стратегический и	
1	определению,	оперативный. Внешний и внугренний	
	принципы, уровни и	маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс:	
	виды	модели, средства, стратегии управления	
		персоналом.	

2	Маркетинговые исследования рынка труда	Разработка качественных требований к персоналу; определение количественной и качественной потребности в персонале; расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала; выбор путей покрытия потребности в персонале; деловая оценка персонала; анализ и контроль эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям. Изучение рынка труда. Направления изучения рынка труда в маркетинге персонала. Спрос на рабочие места. Потребности и ожидания работников. Рынок труда как комплексный источник потенциальных претендентов.
3	Маркетинговое планирование потребностей в персонале	Этапы оценки потребности в персонале. Определение нормативов трудоемкости. Определение количества временных и стоимостных ресурсов, необходимых для реализации функциональных обязанностей каждой отдельной должности в течении месяца, квартала, года. Позиционирование и продвижение компании в качестве привлекательного работодателя. Материальные факторы. Нематериальные факторы привлекательности. Карьерные возможности, общая атмосфера внутри компании. Имидж работодателя.
4	Применение технологий внугреннего маркетинга в процессах управления персоналом	Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Определение долгосрочных потребностей и возможностей в привлечении и изменении человеческих ресурсов. Управление корпоративной культурой и поведением персонала. Позиционирование компании на том или ином сегменте бизнеса. РК программы развитие внешних коммуникаций. Формирование внешнего имиджа персонала. Описание норм поведения при работе с клиентами и партнерами компании. Программы формирования и поддержки лояльности персонала. Активный поиск: технологии переманивания («партизанский» маркетинг). Пассивный поиск: составление объявления о вакансии, выбор канала рекламы и анализ его эффективности, участие в ярмарках вакансий. Проведение собеседований, комплексной оценки кандидатов (маркетинговые исследования). Переговоры по зарплате. Мотивация персонала. Разработка системы оплаты труда (ценообразование). Разработка мотивационных систем. Персонал — внутренний клиент компании. Управление обучением и развитием персонала. Учет маркетинговых планов компании при разработке программ обучения. Участие маркетинговой службы компании в процессе обучения персонала (стандарты

обслуживания, ориентация на клиента, владение
презентацией компании, нетипичные ситуации).
Проектирование карьеры (продвижения
персонала) на основе логистических процессов.

Таблица 4.1.2 – Содержание дисциплины и ее методическое обеспечение

п/п	Раздел дисциплины	Виды дея	гельности	Учебно - методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости	Компетенции
		Лек.,	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7
1.	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	2	2	У- 1, 2, 3, 4,	C2, T4, P4	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25
2.	Маркетинговые исследования рынка труда	2	2	У-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 МУ-8	C6, T8, P8	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25
3.	Маркетинговое планирование потребностей в персонале	2	1	У-1, 2, 3, 4, 5, 7 МУ-8	C10, T12, P12	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25
4.	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	2	1	У- 1, 2, 5, 7, МУ-8	C14, T16, P16	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25
	Итого	8	6			

Р-реферат Т-тест

С- собеседование

К – контрольная работа

4.2 Лабораторные и (или) практические занятия

4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1.1 – Практические занятия

Номер	Наименование практического (семинарского) занятия	Объем, час
темы		
1	2	4
1	Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды Семинар	9
2	Тема 2. Маркетинговые исследования рынка труда.Семинар, решение практических заданий, кейс	9
3	Тема 3. Маркетинговое планирование потребностей в персоналеСеминар, решение практических заданий, деловая игра, кейс	9
4	Тема 4. Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Семинар, решение практических заданий, деловая игра, кейс	9
Итого		36

4.3. Самостоятельная работа студентов (СРС)

Выполняется в соответствии с рабочей программой дисциплины. Задания выдаются в ходе изучения дисциплины. Задачами работы являются: систематизация, закрепление и развитие знаний, полученных в ходе аудиторных занятий; стимулирование более глубокого и систематического изучения дисциплины в течение семестра; развитие умения самостоятельно работать с учебной и специальной литературой; развитие компетентности в маркетинговой деятельности предприятия (организации).

Таблица 4.3.1 – Самостоятельная работа студентов

Наименование раздела дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час.
Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	1-5 неделя	40
Маркетинговые исследования рынка труда	5-9 неделя	40
Маркетинговое планирование потребностей в персонале	10-14 неделя	40
Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	15-17 неделя	36,88
Итого	1	156,88

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

- 1. библиотекой университета:
- библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с УП и данной РПД;
- имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.
 - 2. кафедрой:
- путем обеспечения доступности всего необходимого учебнометодического и справочного материала;
- путем предоставления информации из учебников, учебных пособий и периодических изданий фонда кафедры (библиотека кафедры);
- путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств;
- путем разработки: методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов; заданий для самостоятельной работы; тем рефератов и докладов; вопросов к экзаменам и зачетам; методических указаний к выполнению курсовых работ и т.д.
 - 3. типографией университета:
- помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической литературы;
- удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

6. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС и Приказа Министерства реализация образования и науки РФ от 5 апреля 2017г. №301 компетентностного направлению подхода ПО подготовки «Управление персоналом» предусматривает широкое использование в процессе активных и интерактивных форм проведения образовательном занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. В рамках изучения дисциплины «Маркетинг персонала» предусмотрено проведение лекционных и практических занятий в интерактивной форме - разборов конкретных ситуаций.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 33,33 процента от аудиторных занятий согласно УП.

Таблица 6.1 — Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

		Используемые	Объем,
№	Наименование раздела (лекции, практического или	интерактивные	час.
312	лабораторного занятия)	образовательные	
		технологии	
1	Маркетинговые исследования рынка труда	Лекция-визуализация	2
2	Маркетинговое планирование потребностей в	Лекция-пресс-	2
	персонале	конференция	
3	Применение технологий внутреннего маркетинга в	Помунд о порболом	2
	процессах управления персоналом	Лекция с разбором	
		конкретных ситуаций	
4	Маркетинговое планирование потребностей в	Разбор конкретной	2
	персонале Семинар, решение практических	ситуации	
	заданий, деловая игра, кейс	(анализ ситуации; кейс-	
		задача)	
5	Разработка кадровой стратегии, кадровое	Разбор конкретной	2
	планирование. Семинар, решение практических	ситуации	
	заданий, деловая игра, кейс	(анализ ситуации; кейс-	
	-	задача)	
6	Участие маркетинговой службы компании в	Разбор конкретной	2
	процессе обучения персонала	ситуации	
	-	(анализ ситуации; кейс-	
		задача)	
Ито	го:		12

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 7.1.1 – Этапы формирования компетенции

Код и содержание	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули), при			
компетенции	изучении которых формируется данная компетенция			
	Начальный	Основной	Завершающий	
ПК-2 знанием основ	Экономика	Основы кадровой	Маркетинг персонала	
кадрового	организации	политики и	Прогнозирование и	
планирования и		кадрового	планирование	
контроллинга, основ		планирования	трудовых ресурсов	
маркетинга		Основы маркетинга	Прогнозирование и	
персонала,		Практика по	планирование на	
разработки и		получению	предприятии	
реализации		профессиональных	Преддипломная	
стратегии		умений и опыта	практика	
привлечения		профессиональной	Защита выпускной	
персонала и умением		деятельности	квалификационной	
применять их на			работы, включая	

Проктико			HO HEOTOPKY K
практике			подготовку к процедуре защиты и
			процедуру защиты и
ПК-3 знанием основ	Практика по	Основы маркетинга	Маркетинг персонала
разработки и	получению	Практика по	Управленческий учет
внедрения	первичных	получению	и учет персонала
требований к	профессиональных	профессиональных	Преддипломная
должностям,	умений и навыков	умений и опыта	практика
критериев подбора и	умении и навыков	профессиональной	Защита выпускной
расстановки		деятельности	квалификационной
персонала, основ		деятельности	работы, включая
найма, разработки и			подготовку к
внедрения программ			процедуре защиты и
и процедур подбора			процедуру защиты
и отбора персонала,			процедуру защиты
владением методами			
деловой оценки			
персонала при найме			
и умение применять			
их на практике			
ПК-19 владением	Экономическая	Рынок труда	Маркетинг персонала
навыками и	информатика	Системный анализ	Основы
методами сбора	Статистика	проблем	управленческого
информации для	Защита	предприятия	консультирования
выявления	информации	Основы маркетинга	Стратегическое
потребности и	Информационная	Организация	управление
формирования заказа	безопасность	производста	персоналом
организации в		Управление	Стратегическое
обучении и развитии		производством	планирование
персонала, навыками		Практика по	Преддипломная
сбора информации		получению	практика
для анализа рынка		профессиональных	Защита выпускной
образовательных,		умений и опыта	квалификационной
консалтинговых и		профессиональной	работы, включая
иных видов услуг в		деятельности	подготовку к
области управления			процедуре защиты и
персоналом, а также			процедуру защиты
навыками получения			
обратной связи и			
обработки			
результатов			
обучения и иных			
форм			
профессионального			
развития персонала			
ПК-23 – знанием	Экономика и	Основы управления	Маркетинг персонала
основ подготовии,	социология труда	персоналом	Преддипломная
организации и		Основы маркетинга	практика
проведения		Управление	Защита выпускной
исследований		качеством	квалификационной
удовлетворенности		Квалиметрия	работы, включая
персонала работой в		Практика по	подготовку к

организации умением использсвать практикс	и их на		получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	процедуре защиты и процедуру защиты
ПК-25	прово рыноч специ риско деятел управ. персо	ных и фических в, св изанных с по вации функций пен ия налом, взсвать его втаты для	Системный анализ проблем предприятия Основы маркетинга Экономическая оценка инвестиций Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Маркетинг персонала Организация предпринимательской деятельности Управленческие решения Разработка управленческих решений Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

управлен чески решений χ

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7.2.1 — Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций (частей компетенций)

Компетенц	Показатели	Критерии и шкала оценивая компетенций			
ИИ	оценивая компетенций	Пороговый уровень	Продвинутый уровень	Высокий уровень	
		(«удовлетворитель но»)	(«хорошо»)	(«отлично»)	
ПК-2	1.Доля	Знает:	Знает:	Знает:	
/основной	освоенных	Поверхностные	Сформированные	Глубокие знания	
	обучающимс	знания структур и	, но содержащие	назначение,	
	я знаний,	содержание	отдельные	структур и	
	умений,	основных видов	пробелы знания	содержание	
	навыков от	стратегий,	структур и	основных видов	
	общего	разрабатываемых в	содержание	стратегий,	
	объема ЗУН,	организации,	основных видов	разрабатываемых	
	установленн	методы	стратегий,	в организации,	
	ых в	стратегического	разрабатываемых	методы	
	п.1.3РПД	планирования; -	в организации,	стратегического	
	2.Качество	основные	методы	планирования;	
	освоенных	инструменты	стратегического	основные	
	обучающимс	реализации	планирования;	инструменты	

	a maneri	OTTO OTTO FILLY	O O U O D U U C	#20 HIIDOII
	я знаний,	стратегии и	основные	реализации
	умений,	управления	инструменты	стратегии и
	навыков 3.Умение	сопротивлениями	реализации	управления
		стратегическим	стратегии и	сопротивлениями
	применять	изменениям.	управления	стратегическим
	знания,	Умеет:	сопротивлениями	изменениям.
	умения,	Способен	стратегическим	Умеет:
	навыки в	принимать	изменениям.	Способен
	типовых и	использовать	Умеет:	самостоятельно
	нестандартн	информацию,	Сформированное	использовать
	ых ситуациях	полученную в	умение	информацию,
		результате	использовать	полученную в
		маркетинговых	информацию,	результате
		исследований для	полученную в	маркетинговых
		принятия	результате	исследований для
		стратегических	маркетинговых	принятия
		решений,	исследований для	стратегических
		разрабатывать	принятия	решений,
		тактические	стратегических	разрабатывать
		программы	решений,	тактические
		осуществления	разрабатывать	программы
		стратегических	тактические	осуществления
		изменений и	программы	стратегических
		оценивать их	осуществления	изменений и
		эффективность.	стратегических	оценивать их
		Владеет:	изменений и	эффективность.
		Элементарными	оценивать их	Владеет:
		навыками методами	эффективность.	Способен
		планирования	Владеет:	самостоятельно,
		деятельности	Основными	правильно и
		организации;	навыки методами	эффективно
		методами	планирования	методами
		реализации	деятельности	планирования
		основных	организации;	деятельности
		управленческих	методами	организации;
		функций в сфере	реализации	методами
		управления	основных	реализации
		персоналом.	управленческих	основных
			функций в сфере	управленческих
			управления	функций в сфере
			персоналом.	управления
				персоналом.
ПК-3	1.Доля	Знает:	Знает:	Знает:
/основной	освоенных	Поверхностные	Сформированные	Глубокие знания
	обучающимс	знания анализа и	, но содержащие	методов и средств
	я знаний,	оценки	отдельные	методы анализа и
	умений,	потенциальной	пробелы знания	оценки
	навыков от	опасности объектов	методы анализа и	потенциальной
	общего	экономики для	оценки	опасности
	объема ЗУН,	человека и среды	потенциальной	объектов
	установленн	обитания,	опасности	экономики для
	ых в	- информационные	объектов	человека и среды
	<u> </u>		<u> </u>	1 / 1

п.1.3РПД
2.Качество освоенных обучающимс я знаний, умений, навыков
3.Умение применять знания, умения, навыки в типовых и нестандартных ситуаииях

технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Способен собирать данные для анализа оценки потенциальной опасности объектов экономки для человека и среды обитания. - пользоваться информационными технологиями и профессиональными программными комплексами в области техносферной безопасности. Владеет: элементарными навыками анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики ДЛЯ человека и среды обитания. навыками использования информационных технологий И профессиональных программных комплексов в области техносферной безопасности

экономики человека и среды обитания, - информационные технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Сформированное умение собирать ланные анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономки ДЛЯ человека и среды обитания, пользоваться информационными технологиями профессиональным программными комплексами области техносферной безопасности. Владеет: Основными навыки анализа и опенки потенциальной опасности объектов экономики ДЛЯ человека и среды обитания, навыками использования информационных технологий И профессиональных программных комплексов области техносферной

безопасности

обитания, - информационные технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Способен самостоятельно собирать данные ДЛЯ анализа оценки потенциальной опасности объектов экономки для человека и среды обитания.пользова ться информационными технологиями профессиональным программными комплексами области техносферной безопасности. Влалеет: Уверенно владеет навыками анализа опенки потенциальной опасности объектов экономики ДЛЯ человека и среды обитания, навыкам использования информационных технологий профессиональных программных комплексов области техносферной безопасности.

ПК-19 1.Доля Знает: Знает: Знает: /основной Глубокие освоенных Поверхностные Сформированные знания обучающимс знания основ сбора , но содержащие основы сбора информации ДЛЯ отдельные информации ДЛЯ я знаний, выявления пробелы выявления умений, знания потребности основ сбора потребности И навыков от И формирования информации для формирования общего заказа организации выявления объема ЗУН, заказа обучении потребности установленн И организации В развитии персонала, формирования обучении ых в И основы аналитики заказа *п.1.3РПД* развитии рынка организации 2.Качество персонала, основы образовательных, обучении И аналитики рынка освоенных консалтинговых развитии образовательных, обучающимс иных видов услуг в персонала, я знаний, консалтинговых и области управления основы иных видов услуг *умений*, персоналом аналитики рынка навыков области Умеет: образовательных, 3.Умение управления Способен выявлять консалтинговых персоналом. применять потребности знания, иных вилов Умеет: формировать услуг в области заказ Способен умения, организации управления навыки в самостоятельно обучении персоналом. типовых и выявлять развитии персонала Умеет: нестандартн потребности И Сформированное использовать ых ситуациях формировать обратную связь и умение выявлять заказ организации обработку потребности обучении формировать результатов развитии обучения и иных заказ персонала форм Владеет: организации использовать Основными обучении И обратную связь и развитии навыками обработку информацией ДЛЯ персонала результатов выявления использовать обучения и иных обратную связь и потребности форм. обработку формирования Владеет: результатов заказа организации Способен обучения и иных обучении самостоятельно. развитии персонала форм. правильно И Владеет: собирать данные эффективно Сформированы для анализа рынка информацией для навыки образовательных, выявления информацией для консалтинговых потребности И иных видов услуг в выявления формирования потребности области управления заказа формирования персоналом, организации В заказа навыками обучении И организации получения развитии обучении обратной связи и И персонала развитии обработки собирать данные результатов персонала для анализа рынка собирать данные обучения и иных образовательных,

		1		
		форм	для анализа	консалтинговых и
			рынка	иных видов услуг
			образовательных,	в области
			консалтинговых	управления
			и иных видов	персоналом,
			услуг в области	навыками
			управления	получения
			персоналом,	обратной связи и
			навыками	обработки
			получения	результатов
			обратной связи и	обучения и иных
			обработки	форм
			результатов	
			обучения и иных	
			форм	
ПК-23	1.Доля	Знает:	Знает:	Знает:
/основной	освоенных	Поверхностные	Сформированные	Глубокие знания
	обучающимс	знания основы	, но содержащие	методов и средств
	я знаний,	управления	отдельные	проведения
	умений,	поведением	пробелы знания	основы
	навыков от	персонала;принцип	основы	управления
	общего	Ы	управления	поведением
	объема ЗУН,	удовлетворенности	поведением	персонала;
	установленн	персонала трудом	персонала;принц	принципы
	blx 6	Умеет:	ипы	удовлетворенност
	n.1.3РПД	Способениспользов	удовлетвореннос	и персонала
	2.Качество	ать на практике	ти персонала	трудом
	освоенных	исследований	трудом.	Умеет:
	обучающимс	удовлетворенности	Умеет:	Способен
	я знаний,	персонала работой;	Сформированное	самостоятельно -
	умений,	разрабатывать	умение	использовать на
	навыков	программу	использовать на	практике
	3.Умение	мотивации и	практике	исследований
	применять	стимулирования	исследований	удовлетворенност
	знания,	персонала	удовлетвореннос	и персонала
	умения,	Владеет:	ти персонала	работой;
	навыки в	Основными	работой;	разрабатывать
	типовых и	навыками	разрабатывать	программу
	нестандартн	подготовки,	программу	мотивации и
	ых ситуациях	организации и	мотивации и	стимулирования
		проведения	стимулирования	персонала
		программы	персонала.	Владеет:
		исследования	Владеет:	Уверенно владеет
		удовлетворенности	Сформированы	навыками
		персонала	навыки	подготовки,
		организации	планирования,	организации и
		трудом;	навыками	проведения
		составление	подготовки,	программы
		программы	организации и	исследования
		мотивации	проведения	удовлетворенност
		персонала	программы	и персонала
		1	исследования	организации
				организации

			ИПОВПОТВОМОНИЕ	TOVION
			удовлетвореннос	трудом;
			ти персонала	составление
			организации	программы
			трудом;	мотивации
			составление	персонала.
			программы	
			мотивации	
THC 25	1 77	n	персонала	n
ПК-25	1.Доля	Знает:	Знает:	Знает:
/основной	освоенных	Поверхностные	Сформированные	Глубокие знания
	обучающимс	знания и проводить	, но содержащие	методов и средств
	я знаний,	анализ рыночных	отдельные и	и проводить
	умений,	рисков, связанных с	проводить анализ	анализ рыночных
	навыков от	деятельностью по	рыночных	рисков, связанных
	общего	реализации	рисков,	с деятельностью
	объема ЗУН,	функций	связанных с	по реализации
	установленн	управления	деятельностью по	функций
	<i>blX 6</i>	персоналом;	реализации	управления
	n.1.3РПД	проводить анализ	функций	персоналом;
	2.Качество	специфических	управления	проводить анализ
	освоенных	рисков, связанных с	персоналом;	специфических
	обучающимс	деятельностью по	проводить анализ	рисков, связанных
	я знаний,	реализации	специфических	с деятельностью
	умений,	функций	рисков,	по реализации
	навыков	управления	связанных с	функций
	3.Умение	персоналом.	деятельностью по	управления
	применять	Умеет: Способен	реализации	персоналом.
	знания,		функций	Умеет:
	умения,	принимать участие	управления	Способен
	навыки в	использовать	персоналом.	самостоятельно
	типовых и	результаты анализа	Умеет:	организовать
	нестандартн	для принятия	Сформированное	использовать
	ых ситуациях	управленческих	умение	результаты
		решений;	использовать	анализа для
		применять	результаты	принятия
		результаты анализа	анализа для	управленческих
		на практике. Владеет:	принятия	решений;
			управленческих	применять
		Элементарными навыками	решений;	результаты
		_	применять	анализа на
		разработка и реализация	результаты	практике.
			анализа на	Владеет:
		управленческих решений при	практике	Уверенно владеет
		-	Владеет:	навыками
		возникновении	Основными	разработка и
		рыночных рисков; навыками:	навыки	реализация
		_	планирования,	управленческих
		разработка и реализация	навыками	решений при
		=	разработка и	возникновении
		управленческих решений при	реализация	рыночных рисков;
		•	управленческих	навыками:
		возникновении	решений при	разработка и

специфических	возникновении	реализация
рисков.	рыночных	управленческих
	рисков; -	решений при
	навыками:	возникновении
	разработка и	специфических
	реализация	рисков.
	управленческих	
	решений при	
	возникновении	
	специфических	
	рисков.	

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Таблица 7.3.1 – Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контро	Технология формирования	Оценочн средсті		Описание шкал
		лируем ой компет енции (или её части)		наименова ние	<u>№№</u> задан ий	оценивания
1	Маркетинг	·	Лекция	Рефераты	№ 1-6	Согласно
	персонала: подходы к	ПК-2,	Практическое занятие	Тест	№ 1	табл.7.1
	определени ю, принципы, уровни и виды	ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Самостоятельная работа	Собеседован ие	№ 1-5	
2	Маркетинго	ПК-2,	Лекция	Рефераты	№7-12	Согласно
	вые	ПК-3,	Практическое занятие	Тесты	№ 2	табл.7.1
	исследован ия рынка труда	ПК-19, ПК-23, ПК-25	Самостоятельная работа	Собеседован ие	№6-14	
3	Маркетинго вое планирован	ПК-2, ПК-3,	Лекция Практическое занятие	Рефераты	№8-14	Согласно табл.7.1
	ие потребносте й в персонале	ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Самостоятельная работа	Собеседован ие	№20- 25	

4	Применени е технологий внутреннег о маркетинга в процессах управления персоналом	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты Собеседован ие Контрольна я работа	№26- 30 №26- 30	Согласно табл.7.1
---	--	---	--	---	--------------------------	-------------------

Примеры типовых контрольных заданий для текущего контроля

Тест 1

- 1. Чем объясняет классическая теория возможность полной занятости?
 - А. Сокращением прироста населения и трудовых ресурсов.
 - Б. Стремлением людей к более полному удовлетворению своих потребностей.
 - В. Эластичностью соотношения цен и заработной платы и изменением ставки процента.
 - Г. Ростом заработной платы и доходов.
 - Д. Увеличением инвестиций.
- 2. Рост органического строения капитала это:
 - А. Увеличение доли затрат капитала на здания и сооружения.
 - Б. Увеличение доли постоянного капитала и уменьшение доли переменного.
 - В. Увеличение его массы при неизменных ценах.
 - Г. Расширение источников его образования за счет отраслей и сфер.
- 3. Сущность фискальной политики Д. Кейнса состоит:
 - А. В увеличении налогов.
 - Б. В сокращении доходов государственного бюджета.
 - В. В сдерживании роста цен.
 - Г. В сокращении затрат на социальные нужды.
 - Д. В увеличении расходов государственного бюджета и сокращении налогов.
- 4. Стагфляция характеризуется:
 - А. Ростом инфляции.
 - Б. Одновременным увеличением инфляции и безработицы.
 - В. Ростом безработицы и уменьшением инфляции.
 - Г. Уменьшением безработицы и увеличением инфляции.
 - Д. Одновременным уменьшением инфляции и безработицы.

- 5. Монетаристы считают важнейшими факторами, определяющими уровень производства и занятость:
 - А. Объем и изменение инвестиций.
 - Б. Сбалансированность государственного бюджета.
 - В. Предложение денег.
 - Г. Снижение затрат на производство продукции.
 - Д. Рост производительности труда.

Тест 2

- 1. Наиболее эффективной мерой содействия занятости является
 - а. Обеспечение материальной поддержки безработных
 - b. Развитие системы общественных работ
 - с. Создание новых рабочих мест
 - d. Осуществление психологической помощи безработным
- 2. Наиболее действенной мерой поддержки выпускников средней школы на рынке труда выступает
 - а. Содействие предпринимательской инициативе
 - b. Содействие профессиональной подготовке
 - с. Обеспечение материальной поддержки
 - d. Осуществление психологической помощи
- 3. Что из ниже перечисленного относиться к естественной институциональной безработице
 - а. Связана с периодом, необходимым для поисков новой работы по причине получения образования, перемены места жительства, а также миграции рабочей силы в поисках более доходных и комфортных рабочих мест
 - b. Вызвана изменениями структуры производства в масштабе одного предприятия (фирмы)
 - с. Вызывается общим снижением уровня экономической конъюнктуры
 - d. Порождается правовыми нормами, устройством рынка труда
- 4. Какими параметрами измеряется безработица?
 - а. Объемом регистрируемой безработицы
 - b. Материальным достатком безработного человека и его семьи
 - с. Уровнем и продолжительностью безработицы
 - d. Национальной структурой занятости
- 5. Безработица присуща....
 - а. Только обществу с рыночной экономикой
 - b. Только обществу с командно-административной экономикой
 - с. Обществам и с командно-административной и с рыночной экономикой
 - d. Нет правильного ответа
- 6. Безработица имеет место на рынке труда
 - а. Постоянно
 - b. Циклически

- с. В условиях экономического кризиса
- d. В период структурной перестройки экономики
- 7. Данная безработица вызывается изменениями структуры производства в масштабе одного предприятия (фирмы).
 - а. Фрикционная безработица
 - Институциональная безработица
 - с. Структурная безработица
 - d. Технологическая безработица

Примерная тематика рефератов

- 1. Маркетинговая концепция управления персоналом.
- 2. Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности.
- 3. Научные основы маркетинга персонала.
- 4. Технология маркетинга персонала.
- 5. Подсистема планирования и маркетинга персонала в управлении персоналом.
- 6. Функции маркетинга персонала.
- 7. Источники и пути покрытия потребности организации в персонале.
- 8. Методы прогнозирования потребности в персонале.
- 9. Кадровый аудит как инструмент маркетинга персонала.
- 10. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
- 11. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.
- 12. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.
- 13. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
- 14. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
- 15. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.
- 16. Анализ основных конкурентов на рынке труда.
- 17. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
- 18. Составные части имиджа организации и факторы его формирования.
- 19. Маркетинговый подход к развитию кадрового потенциала организации.
- 20. Организация маркетинга персонала на предприятии.
- 21. Оценка эффективности деятельности организации работодателя на рынке труда.
- 22. Тестирование персонал-маркетинга организации.
- 23. Изучение требований работников и кандидатов к рабочим местам.
- 24. Анализ конкурентов на рынке труда.
- 25. Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий для формирования кадровой политики организации.
- 26. Организационно-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий в системе управления персоналом организации.
- 27. Разработка плана маркетинга персонала.
- 28. Разработка программы кадрового аудита.

- 29. Рынок труда и его роль в формировании кадрового потенциала организации.
- 30. Маркетинг как инструмент планирования карьеры.
- 31. Формирование трудового потенциала организации.
- 32. Маркетинговый подход в управлении персоналом.
- 33. Оценка эффективности управления персоналом.
- 34. Имидж фирмы и его значение в маркетинге персонала.
- 35. Концепция «внутреннего клиента» и ее применение в управлении персоналом.
- 36. Потенциал маркетинговых технологий и их применение в управлении персоналом.

Вопросы для собеседования

- 1. Сущность и содержание понятия «маркетинг персонала».
- 2. Маркетинг персонала и его цели
- 3. Внешние и внутренние факторы, влияющие на персоналмаркетинг
 - 4. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.
 - 5. Целевой маркетинг.
 - 6. Внутренний и внешний маркетинг персонала.
 - 7. Маркетиг персонала-микс.
 - 8. Основные этапы развития маркетинга персонала.
 - 9. Основные теории маркетинга персонала.
 - 10. Современные концепции маркетинга персонала.
- 11. Функции маркетинга персонала: традиционный и рыночный подходы.
 - 12. Разработка качественных требований к персоналу.
 - 13. Должностные инструкции. Основные требования к их разработке.
 - 14. Исследование внешней и внутренней среды организации.
 - 15. Исследование рынка труда. Внешний и внутренний рынки труда.
 - 16. Инфраструктура рынка труда.
 - 17. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.
 - 18. Коммуникационная функция маркетинга персонала.
- 19. Сегментирование рынка труда. Основные критерии сегментирования рынка труда.
 - 20. Основные направления маркетинга персонала.
 - 21. Основные этапы маркетинговой деятельности.
 - 22. Анализ конкурентов на рынке труда.
 - 23. Анализ партнеров на рынке труда.
- 24. Определение количественной и качественной потребности в персонале.
 - 25. Методы определения количественной потребности в персонале.
- 26. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала.

- 27. Внешние и внутренние источники покрытия потребности в персонале
 - 28. Активные и пассивные пути покрытия потребности в персонале.
 - 29. Этапы оценки потребности в персонале
 - 30. Реклама и PR-технологии в системе кадрового маркетинга.

Варианты контрольных работ

Перечень теоретических вопросов контрольной работы

- 1. Имидж организации и его связь с маркетингом персонала
- 2. Внутренние и внешние фактора, влияющие на маркетинг персонала.
- 3. Роль и место маркетинга персонала в зарубежном опыте менеджмента.
- 4. Взаимодействие маркетинга персонала с теориями мотивации.
- 5. Методологические основы маркетинга рабочей силы
- 6. Ценовая политика в маркетинге персонала
- 7. Позиционирование товара «рабочая сила» на рынке
- 8. Внутренний маркетинг персонала в Российских компаниях
- 9. Маркетинг и лизинг персонала.
- 10. Выбор и реализация стратегии маркетинга персонала

Практическая часть контрольной работы

В практической части контрольной работы необходимо представить оценку состояния рынка труда (регионального или отраслевого) и предложить возможные перспективы развития.

Практические задания (работа в группах):

- 1. Провести контент-анализ объявлений с предложениями о работе, на основе которого оценить масштабы дискриминации на рынке труда г. Тюмени. Какие модели дискриминации использованы?
- 2. Способствуют ли разнообразные нестандартные (в том числе неформальные) способы адаптации агентов рынка труда его гибкости? Каким образом? Разработайте предложения по снижению неформальной занятости в регионе.
- 3. На основе статистических данных и с использованием имеющихся программных продуктов (SPSS, Excel) провести статистический анализ занятости населения Курской области. Исследовать взаимосвязи занятости с важнейшими макроэкономическими показателями на основе статистического анализа перекрестных данных. Провести анализ и прогнозирование динамики занятости на уровне региона. Проанализировать структурные изменения занятости. По имеющимся данным построить тренд и дать прогноз по динамике безработицы в области.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

- Положение П 02.016–2015 «О балльно-рейтинговой системе оценки качества освоения образовательных программ»;
- методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для *текущего контроля* по дисциплине, в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы, применяется следующий порядок начисления баллов.

Таблица 7.4.1 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

	Mı	инимальный балл	Mai	Максимальный балл		
Тема	балл	балл примечание		примечание		
Тема 1 Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	1	Для выполнения практических заданий менее 50%	5	В ходе занятий продемонстрировано глубокое знание материала по изученным темам.		
Тема 2 Маркетинговые исследования рынка труда	1	Для выполнения практических заданий менее 50%	5	Полностью выполнены практические задания		
Тема 3 Маркетинговое планирование потребностей в персонале	1	В ходе занятий продемонстрировано удовлетворительное знание материала по изученным темам.	5	Полностью выполнены практические задания		
Тема 4 Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	1	Для выполнения практических заданий менее 50%	5	В ходе занятий продемонстрировано глубокое знание материала по изученным темам.		
СРС (реферат)	7	Тема не раскрыта полностью, не даны ответы на вопросы.	14	Выполнено индивидуальное задание в полном		

				объеме, даны ответы на поставленные вопросы
Тест №1	2	Даны правильные ответы на 50% вопросов	4	Даны правильные ответы на 100% вопросов
Тест №2	2	Даны правильные ответы на 50% вопросов	4	Даны правильные ответы на 100% вопросов
Тест №3	2	Даны правильные ответы на 50% вопросов	4	Даны правильные ответы на 100% вопросов
Тест №4	2	Даны правильные ответы на 50% вопросов	4	Даны правильные ответы на 100% вопросов
Итого	24		48	
Посещаемость	0	Не посещал занятия	16	Посетил все занятия, предусмотренные расписанием
Зачет	12	Ответы неполные, удовлетворительное знание материала	36	Даны полные ответы на все вопросы
Итого	36		100	

Для промежуточной аттестации, проводимой в форме тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ - 16 заданий (15 вопросов и одна задача).

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме 2 балла,
- задание в открытой форме 2 балла,
- задание на установление правильной последовательности 2 балла,
- задание на установление соответствия 2 балла,
- решение задачи 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование - 36 баллов.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1 Основная учебная литература

1. Управление персоналом [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. И. Михайлина, Л. В. Матраева, Д. Л. Михайлин, А. В. Беляк. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 280 с. - Режим доступа : http://biblioclub.ru/

2. Управление персоналом [Электронный ресурс] : учебник / под ред.: Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 561 с. - Режим доступа : http://biblioclub.ru/

8.2 Дополнительная учебная литература

- 3. Гавриленко, Н. И. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. 194 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/
- 4. Иган, Джон Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс]: учебник / Иган Джон; пер. Е. Э. Лалаян. 2-е изд. М.: Юнити-Дана, 2015. 375 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/
- 5. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я=Marketing Insights from A to Z. 80 Concepts Every Manager Needs То Know: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс] / Ф. Котлер; под ред. М. Суханова; пер. Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук. М. : Альпина Паблишер, 2016. 211 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742
- 6. Котова, О. Н. Практикум по маркетингу [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Н. Котова, А. В. Старикова. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2010. 148 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/
- 7. Минько, Э. В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. М.: Юнити-Дана, 2015. 351 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/

8.3. Перечень методических указаний

8. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: методические указания по самостоятельной работе для студентов направления подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. И. В. Бабенко. -Электрон. текстовые дан. (464 КБ). - Курск: ЮЗГУ, 2017. - 17 с.

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Официальные издания и документы

http://www.government.ru - Интернет-портал Правительства Российской Федерации

http://www.economy.gov.ru - Министерство экономического развития Российской Федерации

http://www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики http://www.rbcnet.ru - Торгово-промышленная палата РФ

Средства массовой информации

http://www.rg.ru - Российская газета - официальное издание для документов Правительства РФ

http://www.FINGAZETA.ru - Еженедельник "Финансовая газета" http://www.vedomosti.ru - Ежедневная деловая газета Ведомости http://www.expert.ru - журнал "Эксперт".

Электронные энциклопедии, справочники, учебники, книги http://ru.wikipedia.org/wiki/Маркетинг - Матери алы Википедии — свободной энциклопедии

http://www.rsl.ru - Официальный сайт Российской государственной библиотеки

http://www.aup.ru - Электронная библиотека для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий http://md-marketing.ru - MD-Marketing.ru: все о маркетинге

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и семинарские занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной Он вступительного преподавателя, тематике. начинается co слова занятия и характеризующего его основную формулирующего цель проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно всередине занятия. выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам. В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает в конце семинара, выставляя в рабочий журнал баллы. Студент имеет право ознакомиться с ними.

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

LibreOffice <u>ru.libreoffice.org/download/</u> - свободно распространяемое и бесплатное ПО Kaspersky Endpoint Security Russian Edition <u>Лицензия 156A-160809-093725-387-506</u>

База данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Курской области (договор б/н/2 от 30.06.2014 г.)

Windows 7 <u>Договор IT000012385</u>

База данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Курской области (договор б/н/2 от30.06.2014 г.)

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Учебная мебель: столы, стулья для обучающихся; стол, стул для преподавателя; доска. мультимедиа центр: ноутбук Asus X50VL PMD-2330/14"/1024Mb/160Gb/сумка/ проектор inFocusIN24+

Аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Учебная мебель: столы, стулья для обучающихся; стол, стул для преподавателя; доска. мультимедиа центр: ноутбук Asus X50VL PMD-2330/14"/1024Mb/160Gb/сумка/

проектор inFocusIN24+

Для самостоятельной работы студентов читальный зал научной и учебной литературы Юго-Западного государственного университета

Электронный зал 1 (2 этаж):

Комплект мебели (столы, стулья)

ПЭВМ P4 3000/DDR 512Mb/HDD 80Gb/CD-ReWFDD3.5"/17" ТFТ (27600) – 4 шт.

ПК DURON 1600/128Mb/40G/SVGA 64Mb GF4 MX440/FDD/k/m/pad/15'PLUS UPS/LAN – 1 шт.

ПЭВМ 300W inwin/ INTEL CEL2800/Sis661/

FDD3.5/512/DVDRW/HDD80/ - 1 IIIT.

ΠKPentium4 2000Hz/512MbDDR/120G 7200/

CDRW/64MbSVGAGF4MX440/k/m/15' - 1 IIIT.

ПЭВМРеінтішт 4 $3.0~\Gamma\Gamma$ ц s775/i865GV/512Mb/80r6/FDD/CD-RW/3 50~W/ЖК 17'~(22915)-3~шт.

13. Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу

Номер		Номера страниц			Всего	Дата	Основание для	
измен ения	изменен ных	заменен	аннулиров анных	новых	страниц		изменения и подпись лица, проводившего изменения	
1	×	5			1	01.09. 2017 г.	Приказ ЮЗГУ от 31 августа 2017 г. №576	
2		9	e		1	01.09.	Приказ Министерства образования и науки РФ от 5 апреля 2017 г.	
	н	250	3		6	2017 г.	№301, протокол кафедры ЭУиП №2 от 1.09.2017г.	
		- 2	2 2 3					
	a a			p u		8 8		
10			× _n	ė	j n			
*			2	12	20	В		
				N N				
						2	e e	
100	a a	1						
8								