

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор

Дата подписания: 01.09.2020 09:19:50

Уникальный программный ключ:

9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

Аннотация к рабочей программе

дисциплины «Маркетинг персонала»

Цель преподавания дисциплины.

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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета экономики
и менеджмента

(наименование ф-та полностью)

Ху

Е.В. Харченко

(подпись, инициалы, фамилия)

« 31 » 08 20 16 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг персонала

(наименование дисциплины)

направление подготовки (специальность) 38.03.03

(шифр согласно ФГОС)

Управление персоналом

и наименование направления подготовки (специальности)

Управление персоналом организации

наименование профиля, специализации или магистерской программы)

форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

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» 05 2018 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 № 1

Зав. кафедрой _____ / Железняков С.С. /

Разработчик программы, к.э.н., доцент _____ / 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 ЭУиП протокол №1 от 30.08.17г.
(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 «26» 03 2018 г., на заседании кафедры ЭУиП протокол № 1 от 26.08.18
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Заведующий кафедрой _____ / Бессогова Е.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 № 7 «29» 03 2019 г., на заседании кафедры ЭУиП, 31.08.2019, №1
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Заведующий кафедрой _____ / Бессогова Е.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 № 7 «29» 03 2019г. на заседании кафедры экономики, управления и аудита «22» 07 2021г., протокол № 21

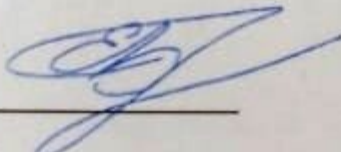
Зав. кафедрой _____



Бессонова Е.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 «15» 02 2020г. на заседании кафедры экономики, управления и аудита «21» 06 2022г., протокол № 21.

Зав. кафедрой _____



Бессонова Е.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 № « » 20 г. на заседании кафедры экономики, управления и аудита « » 20 г., протокол № .

Зав. 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 № « » 20 г. на заседании кафедры экономики, управления и аудита « » 20 г., протокол № .

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 с 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 подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации и умением использовать их на практике

ПК-25 - способностью проводить 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 дисциплины (тема)	Содержание
1	2	3
1	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом.

2	Маркетинговые исследования рынка труда	<p>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.</p> <p>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.</p>
3	Маркетинговое планирование потребностей в персонале	<p>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.</p> <p>Позиционирование и продвижение компании в качестве привлекательного работодателя. Материальные факторы. Нематериальные факторы привлекательности. Карьерные возможности, общая атмосфера внутри компании. Имидж работодателя.</p>
4	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	<p>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. PR программы развитие внешних коммуникаций. Формирование внешнего имиджа персонала. Описание норм поведения при работе с клиентами и партнерами компании. Программы формирования и поддержки лояльности персонала.</p> <p>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.</p> <p>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</p>

		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,	С2, Т4, Р4	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	С6, Т8, Р8	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	С10, Т12, Р12	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25
4.	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	9	4	У- 1, 2, 5, 7, МУ-8	С14, Т16, Р16	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 темы	Наименование практического (семинарского) занятия	Объем, час
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 персонале Семинар, 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 внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	15-17 неделя	10,85
Итого		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 учебно-методического 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 образования и науки РФ от 5 апреля 2017г. №301 реализация компетентностного подхода по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» предусматривает широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения 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

№	Наименование раздела (лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час.
1	Маркетинговые исследования рынка труда	Лекция-визуализация	4
2	Маркетинговое планирование потребностей в персонале	Лекция-пресс-конференция	4
3	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	Лекция с разбором конкретных ситуаций	4
4	Маркетинговое планирование потребностей в персонале Семинар, решение практических заданий, деловая игра, кейс	Разбор конкретной ситуации (анализ ситуации; кейс-задача)	4
5	Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Семинар, решение практических заданий, деловая игра, кейс	Разбор конкретной ситуации (анализ ситуации; кейс-задача)	4
6	Участие маркетинговой службы компании в процессе обучения персонала	Разбор конкретной ситуации (анализ ситуации; кейс-задача)	4
Итого:			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 компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули), при изучении которых формируется данная компетенция		
	Начальный	Основной	Завершающий
ПК-2 знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на	Экономика организации	Основы кадровой политики и кадрового планирования Основы маркетинга Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Маркетинг персонала Прогнозирование и планирование трудовых ресурсов Прогнозирование и планирование на предприятии Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая

практике			подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
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	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Основы маркетинга Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Маркетинг персонала Управленческий учет и учет персонала Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
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	Экономическая информатика Статистика Защита информации Информационная безопасность	Рынок труда Системный анализ проблем предприятия Основы маркетинга Организация производства Управление производством Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Маркетинг персонала Основы управленческого консультирования Стратегическое управление персоналом Стратегическое планирование Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
ПК-23 – знанием основ подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в	Экономика и социология труда	Основы управления персоналом Основы маркетинга Управление качеством Квалиметрия Практика по	Маркетинг персонала Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к

организации и умением использовать их на практике		получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	процедуре защиты и процедуру защиты
ПК-25 - способностью проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использовать его результаты для принятия управленческих решений	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 процедуру защиты

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 оценивая компетенций	Критерии и шкала оценивая компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
ПК-2 /основной	1.Доля освоенных обучающимся знаний, умений, навыков от общего объема ЗУН, установленных в п.1.ЗРПД 2.Качество освоенных обучающимся	Знает: Поверхностные знания структур и содержание основных видов стратегий, разрабатываемых в организации, методы стратегического планирования; - основные инструменты реализации	Знает: Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания структур и содержание основных видов стратегий, разрабатываемых в организации, методы стратегического планирования;	Знает: Глубокие знания назначения, структур и содержание основных видов стратегий, разрабатываемых в организации, методы стратегического планирования; основные инструменты

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

	<p><i>п.1.ЗРПД</i> <i>2.Качество</i> <i>освоенных</i> <i>обучающимс</i> <i>я знаний,</i> <i>умений,</i> <i>навыков</i> <i>3.Умение</i> <i>применять</i> <i>знания,</i> <i>умения,</i> <i>навыки в</i> <i>типовых и</i> <i>нестандартн</i> <i>ых ситуациях</i></p>	<p>технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Способен собирать данные для анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики 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</p>	<p>экономики для человека и среды обитания, - информационные технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Сформированное умение собирать данные для анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики для человека и среды обитания, - пользоваться информационными технологиями и профессиональным и программными комплексами в области техносферной безопасности. Владеет: Основными 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</p>	<p>обитания, - информационные технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Способен самостоятельно собирать данные для анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики для человека и среды обитания,пользоваться информационными технологиями и профессиональным и программными комплексами в области техносферной безопасности. Владеет: Уверенно владеет навыками анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики для человека и среды обитания,навыкам и использования информационных технологий и профессиональных программных комплексов в области техносферной безопасности.</p>
--	---	--	---	---

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

		форм	для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм	консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм
ПК-23 /основной	<p>1. Доля освоенных обучающимися знаний, умений, навыков от общего объема ЗУН, установленных в п.1.ЗРПД</p> <p>2. Качество освоенных обучающимися знаний, умений, навыков</p> <p>3. Умение применять знания, умения, навыки в типовых и нестандартных ситуациях</p>	<p>Знает: Поверхностные знания основы управления поведением персонала; принципы удовлетворенности персонала трудом</p> <p>Умеет: Способен использовать на практике исследования удовлетворенности персонала работой; разрабатывать программу мотивации и стимулирования персонала</p> <p>Владеет: Основными навыками подготовки, организации и проведения программы исследования удовлетворенности персонала организации трудом; составление программы мотивации персонала..</p>	<p>Знает: Сформированные, но содержащие пробелы знания основы управления поведением персонала; принципы удовлетворенности персонала трудом.</p> <p>Умеет: Сформированное умение использовать на практике исследования удовлетворенности персонала работой; разрабатывать программу мотивации и стимулирования персонала.</p> <p>Владеет: Сформированы навыки планирования, навыками подготовки, организации и проведения программы исследования</p>	<p>Знает: Глубокие знания методов и средств проведения основы управления поведением персонала; принципы удовлетворенности и персонала трудом</p> <p>Умеет: Способен самостоятельно - использовать на практике исследований удовлетворенности и персонала работой; разрабатывать программу мотивации и стимулирования персонала</p> <p>Владеет: Уверенно владеет навыками подготовки, организации и проведения программы исследования удовлетворенности и персонала организации</p>

			удовлетворенности персонала организации трудом; составление программы мотивации персонала	трудо; составление программы мотивации персонала.
ПК-25 /основной	<p>1. Доля освоенных обучающимися знаний, умений, навыков от общего объема ЗУН, установленных в п.1.ЗРПД</p> <p>2. Качество освоенных обучающимися знаний, умений, навыков</p> <p>3. Умение применять знания, умения, навыки в типовых и нестандартных ситуациях</p>	<p>Знает: Поверхностные знания и проводить анализ рыночных рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом; проводить анализ специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом.</p> <p>Умеет: Способен принимать участие использовать результаты анализа для принятия управленческих решений; применять результаты анализа на практике.</p> <p>Владет: Элементарными навыками разработка и реализация управленческих решений при возникновении рыночных рисков; навыками: разработка и реализация управленческих решений при возникновении</p>	<p>Знает: Сформированные, но содержащие отдельные и проводить анализ рыночных рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом; проводить анализ специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом.</p> <p>Умеет: Сформированное умение использовать результаты анализа для принятия управленческих решений; применять результаты анализа на практике</p> <p>Владет: Основными навыками планирования, навыками разработка и реализация управленческих решений при</p>	<p>Знает: Глубокие знания методов и средств и проводить анализ рыночных рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом; проводить анализ специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом.</p> <p>Умеет: Способен самостоятельно организовать использовать результаты анализа для принятия управленческих решений; применять результаты анализа на практике.</p> <p>Владет: Уверенно владеет навыками разработка и реализация управленческих решений при возникновении рыночных рисков; навыками: разработка и</p>

		специфических рисков.	возникновении рыночных рисков; навыками: разработка и реализация управленческих решений при возникновении специфических рисков.	реализация 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 контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты	№1-6	Согласно табл.7.1
				Тест	№1	
				Собеседование	№1-5	
2	Маркетинговые исследования рынка труда	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты	№7-12	Согласно табл.7.1
				Тесты	№2	
				Собеседование	№6-14	
3	Маркетинговое планирование потребности в персонале	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты	№8-14	Согласно табл.7.1
				Собеседование	№20-25	

4	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты Собеседование Контрольная 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
 - a. Обеспечение материальной поддержки безработных
 - b. Развитие системы общественных работ
 - c. Создание новых рабочих мест
 - d. Осуществление психологической помощи безработным
2. Наиболее действенной мерой поддержки выпускников средней школы на рынке труда выступает
 - a. Содействие предпринимательской инициативе
 - b. Содействие профессиональной подготовке
 - c. Обеспечение материальной поддержки
 - d. Осуществление психологической помощи
3. Что из ниже перечисленного относится к естественной институциональной безработице
 - a. 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)
 - c. Вызывается общим снижением уровня экономической конъюнктуры
 - d. Порождается правовыми нормами, устройством рынка труда
4. Какими параметрами измеряется безработица?
 - a. Объемом регистрируемой безработицы
 - b. Материальным достатком безработного человека и его семьи
 - c. Уровнем и продолжительностью безработицы
 - d. Национальной структурой занятости
5. Безработица присуща...
 - a. Только обществу с рыночной экономикой
 - b. Только обществу с командно-административной экономикой
 - c. Обществам и с командно-административной и с рыночной экономикой
 - d. Нет правильного ответа
6. Безработица имеет место на рынке труда
 - a. Постоянно
 - b. Циклически

- c. В условиях экономического кризиса
 - d. В период структурной перестройки экономики
7. Данная безработица вызывается изменениями структуры производства в масштабе одного предприятия (фирмы).
- a. Фрикционная безработица
 - b. Институциональная безработица
 - c. 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 персонал-маркетинг
4. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.
5. Целевой маркетинг.
6. Внутренний и внешний маркетинг персонала.
7. Маркетинг 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

Тема	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	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 To 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> - Материалы 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 тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется 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 ru.libreoffice.org/download/ - свободно распространяемое и бесплатное ПО Kaspersky Endpoint Security Russian Edition [Лицензия 156А-160809-093725-387-506](#)

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

Windows 7 [Договор ИТ000012385](#)

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

ПКPentium4 2000Hz/512MbDDR/120G 7200/

CDRW/64MbSVGAGF4MX440/k/m/15' – 1 шт.

ПЭВМПentium 4 3.0 ГГц 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 изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	измененных	замененных	аннулированных	новых			
1		5			1	01.09.2017 г.	Приказ ЮЗГУ от 31 августа 2017 г. №576
2		9			1	01.09.2017 г.	Приказ Министерства образования и науки РФ от 5 апреля 2017 г. №301, протокол кафедры ЭУиП №2 от 1.09.2017г.

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» 05 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 № 1

Зав. кафедрой _____ /Железняков С.С./

Разработчик программы, к.э.н., доцент _____ /Железняков С.С. /
(ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.)

Директор научной библиотеки Влаков _____ /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 ЭиВ протокол №1 от 30.08.17.
(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 № 10 «30» 05 2016 г., на заседании кафедры БФА и А протокол №1 от 05.08.17.
(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 № 5 «30» 01 2017 г., на заседании кафедры ЭиА от 30.08.2019 №1
(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 № 4 «26» 03 2018 г. на заседании кафедры ЭУиА «31» 08 2020 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой



Бессонова Е.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 № 7 «29» 03 2019 г. на заседании кафедры ЭУиА «02» 07 2021 г., протокол № 21.

Зав. кафедрой



Бессонова Е.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 «25» 02 2020 г. на заседании кафедры ЭУиА «21» 06 2022 г., протокол № 21.

Зав. кафедрой



Бессонова Е.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 № « » 20 г. на заседании кафедры « » 20 г., протокол № .

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 с 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 подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации и умением использовать их на практике

ПК-25 - способностью проводить 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 дисциплины (тема)	Содержание
1	2	3
1	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом.

2	Маркетинговые исследования рынка труда	<p>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.</p> <p>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.</p>
3	Маркетинговое планирование потребностей в персонале	<p>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.</p> <p>Позиционирование и продвижение компании в качестве привлекательного работодателя. Материальные факторы. Нематериальные факторы привлекательности. Карьерные возможности, общая атмосфера внутри компании. Имидж работодателя.</p>
4	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	<p>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. PR программы развитие внешних коммуникаций. Формирование внешнего имиджа персонала. Описание норм поведения при работе с клиентами и партнерами компании. Программы формирования и поддержки лояльности персонала.</p> <p>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.</p> <p>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</p>

		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	2	2	У- 1, 2, 3, 4,	С2, Т4, Р4	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	С6, Т8, Р8	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	С10, Т12, Р12	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	С14, Т16, Р16	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 темы	Наименование практического (семинарского) занятия	Объем, час
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 персонале Семинар, 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		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 учебно-методического 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 образования и науки РФ от 5 апреля 2017г. №301 реализация компетентностного подхода по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» предусматривает широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения 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

№	Наименование раздела (лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час.
1	Маркетинговые исследования рынка труда	Лекция-визуализация	2
2	Маркетинговое планирование потребностей в персонале	Лекция-пресс-конференция	2
3	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	Лекция с разбором конкретных ситуаций	2
4	Маркетинговое планирование потребностей в персонале Семинар, решение практических заданий, деловая игра, кейс	Разбор конкретной ситуации (анализ ситуации; кейс-задача)	2
5	Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Семинар, решение практических заданий, деловая игра, кейс	Разбор конкретной ситуации (анализ ситуации; кейс-задача)	2
6	Участие маркетинговой службы компании в процессе обучения персонала	Разбор конкретной ситуации (анализ ситуации; кейс-задача)	2
Итого:			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 компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули), при изучении которых формируется данная компетенция		
	Начальный	Основной	Завершающий
ПК-2 знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на	Экономика организации	Основы кадровой политики и кадрового планирования Основы маркетинга Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Маркетинг персонала Прогнозирование и планирование трудовых ресурсов Прогнозирование и планирование на предприятии Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая

практике			подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
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	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Основы маркетинга Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Маркетинг персонала Управленческий учет и учет персонала Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
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	Экономическая информатика Статистика Защита информации Информационная безопасность	Рынок труда Системный анализ проблем предприятия Основы маркетинга Организация производства Управление производством Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Маркетинг персонала Основы управленческого консультирования Стратегическое управление персоналом Стратегическое планирование Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
ПК-23 – знанием основ подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в	Экономика и социология труда	Основы управления персоналом Основы маркетинга Управление качеством Квалиметрия Практика по	Маркетинг персонала Преддипломная практика Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к

организации и умением использовать их на практике		получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	процедуре защиты и процедуру защиты
ПК-25	- Основы социального государства Методы и модели в управлении персоналом способностями персонала проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использовать его результаты для принятия управленческих решений	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

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 оценивая компетенций	Критерии и шкала оценивая компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
ПК-2 /основной	1.Доля освоенных обучающимся знаний, умений, навыков от общего объема ЗУН, установленный в п.1.ЗРПД 2.Качество освоенных обучающимся	Знает: Поверхностные знания структур и содержание основных видов стратегий, разрабатываемых в организации, методы стратегического планирования; - основные инструменты реализации	Знает: Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания структур и содержание основных видов стратегий, разрабатываемых в организации, методы стратегического планирования;	Знает: Глубокие знания назначения, структур и содержание основных видов стратегий, разрабатываемых в организации, методы стратегического планирования; основные инструменты

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

	<p><i>п.1.ЗРПД</i> <i>2.Качество</i> <i>освоенных</i> <i>обучающимс</i> <i>я знаний,</i> <i>умений,</i> <i>навыков</i> <i>3.Умение</i> <i>применять</i> <i>знания,</i> <i>умения,</i> <i>навыки в</i> <i>типовых и</i> <i>нестандартн</i> <i>ых ситуациях</i></p>	<p>технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Способен собирать данные для анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики 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</p>	<p>экономики для человека и среды обитания, - информационные технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Сформированное умение собирать данные для анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики для человека и среды обитания, - пользоваться информационными технологиями и профессиональным и программными комплексами в области техносферной безопасности. Владеет: Основными 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</p>	<p>обитания, - информационные технологии и профессиональные программные комплексы в области техносферной безопасности. Умеет: Способен самостоятельно собирать данные для анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики для человека и среды обитания,пользоваться информационными технологиями и профессиональным и программными комплексами в области техносферной безопасности. Владеет: Уверенно владеет навыками анализа и оценки потенциальной опасности объектов экономики для человека и среды обитания,навыкам и использования информационных технологий и профессиональных программных комплексов в области техносферной безопасности.</p>
--	---	--	---	---

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

		форм	для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм	консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм
ПК-23 /основной	<p>1. Доля освоенных обучающимися знаний, умений, навыков от общего объема ЗУН, установленных в п. 1.ЗРПД</p> <p>2. Качество освоенных обучающимися знаний, умений, навыков</p> <p>3. Умение применять знания, умения, навыки в типовых и нестандартных ситуациях</p>	<p>Знает: Поверхностные знания основы управления поведением персонала; принципы удовлетворенности персонала трудом</p> <p>Умеет: Способен использовать на практике исследования удовлетворенности персонала работой; разрабатывать программу мотивации и стимулирования персонала</p> <p>Владеет: Основными навыками подготовки, организации и проведения программы исследования удовлетворенности персонала организации трудом; составление программы мотивации персонала..</p>	<p>Знает: Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания основы управления поведением персонала; принципы удовлетворенности персонала трудом.</p> <p>Умеет: Сформированное умение использовать на практике исследования удовлетворенности персонала работой; разрабатывать программу мотивации и стимулирования персонала.</p> <p>Владеет: Сформированы навыки планирования, навыками подготовки, организации и проведения программы исследования</p>	<p>Знает: Глубокие знания методов и средств проведения основы управления поведением персонала; принципы удовлетворенности и персонала трудом</p> <p>Умеет: Способен самостоятельно - использовать на практике исследования удовлетворенности и персонала работой; разрабатывать программу мотивации и стимулирования персонала</p> <p>Владеет: Уверенно владеет навыками подготовки, организации и проведения программы исследования удовлетворенности и персонала организации</p>

			удовлетворенности персонала организации трудом; составление программы мотивации персонала	трудо; составление программы мотивации персонала.
ПК-25 /основной	<p>1. Доля освоенных обучающимися знаний, умений, навыков от общего объема ЗУН, установленных в п.1.ЗРПД</p> <p>2. Качество освоенных обучающимися знаний, умений, навыков</p> <p>3. Умение применять знания, умения, навыки в типовых и нестандартных ситуациях</p>	<p>Знает: Поверхностные знания и проводить анализ рыночных рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом; проводить анализ специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом.</p> <p>Умеет: Способен принимать участие использовать результаты анализа для принятия управленческих решений; применять результаты анализа на практике.</p> <p>Владеет: Элементарными навыками разработка и реализация управленческих решений при возникновении рыночных рисков; навыками: разработка и реализация управленческих решений при возникновении</p>	<p>Знает: Сформированные , но содержащие отдельные и проводить анализ рыночных рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом; проводить анализ специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом.</p> <p>Умеет: Сформированное умение использовать результаты анализа для принятия управленческих решений; применять результаты анализа на практике</p> <p>Владеет: Основными навыками планирования, навыками разработка и реализация управленческих решений при</p>	<p>Знает: Глубокие знания методов и средств и проводить анализ рыночных рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом; проводить анализ специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом.</p> <p>Умеет: Способен самостоятельно организовать использовать результаты анализа для принятия управленческих решений; применять результаты анализа на практике.</p> <p>Владеет: Уверенно владеет навыками разработка и реализация управленческих решений при возникновении рыночных рисков; навыками: разработка и</p>

		специфических рисков.	возникновении рыночных рисков; навыками: разработка и реализация управленческих решений при возникновении специфических рисков.	реализация 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 контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты	№1-6	Согласно табл.7.1
				Тест	№1	
				Собеседование	№1-5	
2	Маркетинговые исследования рынка труда	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты	№7-12	Согласно табл.7.1
				Тесты	№2	
				Собеседование	№6-14	
3	Маркетинговое планирование потребности в персонале	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты	№8-14	Согласно табл.7.1
				Собеседование	№20-25	

4	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-23, ПК-25	Лекция Практическое занятие Самостоятельная работа	Рефераты Собеседование Контрольная 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
 - a. Обеспечение материальной поддержки безработных
 - b. Развитие системы общественных работ
 - c. Создание новых рабочих мест
 - d. Осуществление психологической помощи безработным
2. Наиболее действенной мерой поддержки выпускников средней школы на рынке труда выступает
 - a. Содействие предпринимательской инициативе
 - b. Содействие профессиональной подготовке
 - c. Обеспечение материальной поддержки
 - d. Осуществление психологической помощи
3. Что из ниже перечисленного относится к естественной институциональной безработице
 - a. 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)
 - c. Вызывается общим снижением уровня экономической конъюнктуры
 - d. Порождается правовыми нормами, устройством рынка труда
4. Какими параметрами измеряется безработица?
 - a. Объемом регистрируемой безработицы
 - b. Материальным достатком безработного человека и его семьи
 - c. Уровнем и продолжительностью безработицы
 - d. Национальной структурой занятости
5. Безработица присуща...
 - a. Только обществу с рыночной экономикой
 - b. Только обществу с командно-административной экономикой
 - c. Обществам и с командно-административной и с рыночной экономикой
 - d. Нет правильного ответа
6. Безработица имеет место на рынке труда
 - a. Постоянно
 - b. Циклически

- c. В условиях экономического кризиса
 - d. В период структурной перестройки экономики
7. Данная безработица вызывается изменениями структуры производства в масштабе одного предприятия (фирмы).
- a. Фрикционная безработица
 - b. Институциональная безработица
 - c. 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 персонал-маркетинг
4. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.
5. Целевой маркетинг.
6. Внутренний и внешний маркетинг персонала.
7. Маркетинг 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

Тема	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	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 To 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> - Материалы 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 тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется 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 ru.libreoffice.org/download/ - свободно распространяемое и бесплатное ПО Kaspersky Endpoint Security Russian Edition [Лицензия 156А-160809-093725-387-506](#)

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

Windows 7 [Договор ИТ000012385](#)

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

ПКPentium4 2000Hz/512MbDDR/120G 7200/

CDRW/64MbSVGAGF4MX440/k/m/15' – 1 шт.

ПЭВМПentium 4 3.0 ГГц 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 изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	измененных	замененных	аннулированных	новых			
1		5			1	01.09.2017 г.	Приказ ЮЗГУ от 31 августа 2017 г. №576
2		9			1	01.09.2017 г.	Приказ Министерства образования и науки РФ от 5 апреля 2017 г. №301, протокол кафедры ЭУиП №2 от 1.09.2017г.