


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич  
Должность: ректор  
Дата подписания: 19.09.2022 12:46:23  
Уникальный программный ключ:  
9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий кафедрой  
экономики, управления и аудита

*(наименование кафедры полностью)*

 Е.А. Бессонова

*(подпись)*

« 8 » 12 2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА  
для текущего контроля успеваемости  
и промежуточной аттестации обучающихся  
по дисциплине  
Маркетинг в управлении персоналом  
*(наименование дисциплины)*

38.04.03 Управление персоналом,  
направленность (профиль, специализация) «Управление персоналом организации»  
*(код и наименование ОПОП ВО)*

Курск – 2021

# 1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

## 1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Тема №1. Маркетинг в управлении персоналом. Определение, принципы, уровни и виды

1. Дайте определение термина «маркетинг персонала».
2. Перечислите первичные факторы, способствовавшие формированию концепции маркетинга персонала.
3. В чем заключается сущность маркетинга персонала?
4. Каковы цели маркетинга персонала?
5. Охарактеризуйте основные принципы маркетинга персонала.

Тема №2. Маркетинговые исследования рынка труда

1. В чем заключается связь планирования персонала с общей системой планирования в организации?
2. Определите основные цели кадрового планирования.
3. Какие задачи призвано решить планирование персонала в организации?
4. Назовите факторы, влияющие на планирование потребности в персонале.
5. Какова последовательность действий при определении потребности в персонале в случае обнаружения нехватки или избытка персонала?

Тема №3. Маркетинговое планирование потребностей в персонале

1. В чем заключается связь планирования персонала с общей системой планирования в организации?
2. Определите основные цели кадрового планирования.
3. Какие задачи призвано решить планирование персонала в организации?
4. Назовите факторы, влияющие на планирование потребности в персонале.
5. Какова последовательность действий при определении потребности в персонале в случае обнаружения нехватки или избытка персонала?

Тема №4. Технологии внутреннего маркетинга в HR

1. Определение количественной и качественной потребности в персонале.
2. Методы определения количественной потребности в персонале.
3. Активные и пассивные пути покрытия потребности в персонале.
4. Этапы оценки потребности в персонале
5. Реклама и PR-технологии в системе кадрового маркетинга.
6. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.
7. Коммуникационная функция маркетинга персонала.

**Шкала оценивания:** 5-балльная.

**Критерии оценивания:**

**5 баллов** (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если он принимает активное участие в беседе по большинству обсуждаемых вопросов (в том числе самых сложных); демонстрирует сформированную способность к диалогическому мышлению, проявляет уважение и интерес к иным мнениям; владеет глубокими (в том числе дополнительными) знаниями по существу обсуждаемых вопросов, ораторскими способностями и правилами ведения полемики; строит логичные, аргументированные, точные и лаконичные высказывания, сопровождаемые яркими примерами; легко и заинтересованно откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

**4 балла** (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в обсуждении не менее 50% дискуссионных вопросов; проявляет уважение и интерес к иным мнениям, доказательно и корректно защищает свое мнение; владеет хорошими знаниями вопросов, в обсуждении которых принимает участие; умеет не столько вести полемику, сколько участвовать в ней; строит логичные, аргументированные высказывания, сопровождаемые подходящими примерами; не всегда откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

**3 балла** (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в беседе по одному-двум наиболее простым обсуждаемым вопросам; корректно выслушивает иные мнения; неуверенно ориентируется в содержании обсуждаемых вопросов, порой допуская ошибки; в полемике предпочитает занимать позицию заинтересованного слушателя; строит краткие, но в целом логичные высказывания, сопровождаемые наиболее очевидными примерами; теряется при возникновении неожиданных ракурсов беседы и в этом случае нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

**2 балла** (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием обсуждаемых вопросов или допускает грубые ошибки; пассивен в обмене мнениями или вообще не участвует в дискуссии; затрудняется в построении монологического высказывания и (или) допускает ошибочные высказывания; постоянно нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

## ***1.2 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ***

Тема №1. Маркетинг в управлении персоналом. Определение, принципы, уровни и виды

1. Совокупность средств воздействия на потребителей рынка труда с целью вызвать у них желаемую ответную реакцию называется ...:

- рекламной компанией
- маркетинг-микс персонала
- имиджиологией
- опосредованной вербовкой

2. Рынок труда сегментируется по трем группам критериям: социально-экономическим, ... ,поведенческим:

- географическим
- психографическим
- половозрастным
- национальным

3. Вербовка персонала с целью устранения имеющейся в данный момент нехватки персонала в организации – это ...

- непосредственная вербовка персонала
- опосредованная вербовка персонала
- отбор персонала

4. Непрерывно осуществляемая деятельность по формированию на рынке труда положительного имиджа организации – это ...

- непосредственная вербовка персонала
- опосредованная вербовка персонала
- отбор персонала

5. Результативность мероприятий, связанных с маркетингом персонала, определяется способами: ... анализа привлекательности  
аудита  
контроллинга  
маркетинга персонала  
открытости прозрачности

6. Совокупность действий собственника рабочей силы, направленных на поиск и создание максимально благоприятных условий для формирования его конкурентоспособности на перспективу называется ...  
реклама  
поиск работы  
самомаркетинг  
маркетинг

7. Соответствие структуры производства и занятости потребности рынка в товарах и услугах называется:  
внутриорганизационной конкурентоспособностью  
внешней конкурентоспособностью  
эффективной занятостью  
рациональной расстановкой

8. Комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик товара «рабочая сила», определяющая его успех на рынке труда, проявляющийся в эффективности труда и в способности к профессиональному развитию называется:  
рыночным успехом  
состоятельностью  
конкурентоспособностью

9. Маркетинг персонала - это  
вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале  
анализ ситуации на рынке труда для регулирования потребности в специалистах дефицитных специальностей  
анализ ожиданий нынешних и потенциальных сотрудников, а также определение выполнимости и реальной степени исполнения этих ожиданий

10. Основными составляющими маркетинга персонала не являются:  
разработка требований к персоналу  
определение количественной и качественной потребности в персонале  
деловая оценка персонала  
отбор персонала

Тема №2. Маркетинговые исследования рынка труда

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

### Тема №3. Маркетинговое планирование потребностей в персонале

1. Внутренним фактором маркетинга персонала не является:  
развитие технологии

цели организации кадровый потенциал финансовые ресурсы

2. Активным путем покрытия потребности в персонале является:

поиск претендентов через рекламные объявления в СМИ

заявки по вакансиям в службы занятости

ожидание претендентов после проведения рекламной компании местного характера

3. Поведенческим признаком сегментирования рынка труда является:  
мотивационные установки  
тип личности  
уровень дохода
3. Информационная функция включает в себя следующее направление исследования:  
исследование ресурсов предприятия  
исследование текучести кадров  
исследование имиджа организации
4. Трудовой потенциал – это:  
часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике  
совокупность духовных и физических способностей человека, которые он использует всякий раз когда создает потребительские стоимости  
способность персонала организации при наличии у него определенных качественных характеристик и соответствующих социально-экономических, организационных условий достигать определенный конечный результат
5. Основными составляющими маркетинга персонала не являются:  
разработка требований к персоналу  
расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала  
выбор путей покрытия потребности в персонале  
профессиональная оценка персонала
6. Внешним фактором маркетинга персонала не является:  
развитие законодательства  
кадровый потенциал  
ситуация на рынке  
развитие технологий
7. Пассивным путем покрытия потребности в персонале является:  
поиск претендентов через своих сотрудников  
поиск претендентов через рекламные объявления в специальных изданиях  
заявки по вакансиям в службы занятости  
поиск непосредственно в учебных заведениях
8. Психографическим признаком сегментирования рынка труда является:  
карьерные ориентации  
личностные качества  
семейное положение
9. Коммуникационная функция включает в себя следующее мероприятие:  
внутренние связи  
изучение рынка труда  
исследование имиджа организации

Тема №4. Технологии внутреннего маркетинга в HR.

1. Какое управленческое действие не относится к функциям менеджмента персонала?  
а) планирование;

- б) прогнозирование;
- в) мотивация;
- г) составление отчетов;
- д) организация.

2. Управленческий персонал включает:

- а) вспомогательных рабочих;
- б) сезонных рабочих;
- в) младший обслуживающий персонал;
- г) руководителей, специалистов;
- д) основных рабочих.

3. Японскому менеджменту персонала не относится:

- а) пожизненный наем на работу;
- б) принципы старшинства при оплате и назначении;
- в) коллективная ответственность;
- г) неформальный контроль;
- д) продвижение по карьерной иерархии зависит от профессионализма и успешно выполненных задач, а не от возраста рабочего или стажа.

4. С какими дисциплинами не связана система наук о труде и персонале?

- а) «Экономика труда»;
- б) «Транспортные системы»;
- в) «Психология»;
- г) «Физиология труда»;
- д) «Социология труда».

5. Должностная инструкция на предприятии разрабатывается с целью:

- а) определение определенных квалификационных требований, обязанностей, прав и ответственности персонала предприятия;
- б) найма рабочих на предприятие;
- в) отбора персонала для занимания определенной должности;
- г) согласно действующему законодательству;
- д) достижения стратегических целей предприятия.

6. Изучение кадровой политики предприятий-конкурентов направленно:

- а) на разработку новых видов продукции;
- б) на определение стратегического курса развития предприятия;
- в) на создание дополнительных рабочих мест;
- г) на перепрофилирование деятельности предприятия;
- д) на разработку эффективной кадровой политики своего предприятия.

7. Что включает инвестирование в человеческий капитал?

- а) вкладывание средств в производство;
- б) вкладывание средств в новые технологии;
- в) расходы на повышение квалификации персонала;
- г) вкладывание средств в строительство новых сооружений.
- д) вкладывание средств в совершенствование организационной структуры предприятия.

8. Человеческий капитал — это:

- а) форма инвестирования в человека, т. е. затраты на общее и специальное образование, накопление суммы здоровья от рождения и через систему воспитания до работоспособного возраста, а также на экономически значимую мобильность.

- б) вкладывание средств в средства производства;
- в) нематериальные активы предприятия.
- г) материальные активы предприятия;
- д) это совокупность форм и методов работы администрации, обеспечивающих эффективный результат.

9. Функции управления персоналом представляют собой:

- а) комплекс направлений и подходов работы с кадрами, ориентированный на удовлетворение производственных и социальных потребностей предприятия;
- б) комплекс направлений и подходов по повышению эффективности функционирования предприятия;
- в) комплекс направлений и подходов по увеличению уставного фонда организации;
- г) комплекс направлений и подходов по совершенствованию стратегии предприятия;
- д) комплекс направлений и мероприятий по снижению себестоимости продукции.

10. Потенциал специалиста – это:

- а) совокупность возможностей, знаний, опыта, устремлений и потребностей;
- б) здоровье человека;
- в) способность адаптироваться к новым условиям;
- г) способность повышать квалификацию без отрыва от производства;
- д) способность человека производить продукцию.

**Шкала оценивания:** 4-балльная.

**Критерии оценивания:**

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – 1 балл, не выполнено – 0 баллов.

Применяется следующая шкала перевода баллов в оценку по 4-балльной шкале:

**4 баллов** соответствуют оценке «отлично»;

**3 баллов** – оценке «хорошо»;

**2 баллов** – оценке «удовлетворительно»;

**1 баллов и менее** – оценке «неудовлетворительно».

### ***1.3 ТЕМЫ 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.

**Шкала оценивания:** 5-балльная.

**Критерии оценивания:**

**5 баллов** (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, при этом убедительно и аргументированно изложена собственная позиция автора по рассматриваемому вопросу; структура реферата логична; изучено большое количество актуальных источников, грамотно сделаны ссылки на источники; самостоятельно подобран яркий иллюстративный материал; сделан обоснованный убедительный вывод; отсутствуют замечания по оформлению реферата.

**4 балла** (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, сделана попытка самостоятельного осмысления темы; структура реферата логична; изучено достаточное количество источников, имеются ссылки на источники; приведены уместные примеры; сделан обоснованный вывод; имеют место незначительные недочеты в содержании и (или) оформлении реферата.

**3 балла** (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта неполно и (или) в изложении темы имеются недочеты и ошибки; структура реферата логична; количество изученных источников менее рекомендуемого, сделаны ссылки на источники; приведены общие примеры; вывод сделан, но имеет признаки неполноты и неточности; имеются замечания к содержанию и (или) оформлению реферата.

**2 балла** (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если содержание реферата имеет явные признаки плагиата и (или) тема реферата не раскрыта и (или) в изложении темы имеются грубые ошибки; материал не структурирован, излагается непоследовательно и сбивчиво; количество изученных источников значительно менее рекомендуемого, неправильно сделаны ссылки на источники или они отсутствуют; не приведены примеры или приведены неверные примеры; отсутствует вывод или вывод расплывчат и неконкретен; оформление реферата не соответствует требованиям.

## **2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

### **2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ**

1. Совокупность средств воздействия на потребителей рынка труда с целью вызвать у них желаемую ответную реакцию называется ...:  
рекламной компанией маркетинг-микс персонала имиджологией  
опосредованной вербовкой
2. Рынок труда сегментируется по трем группам критериям : социально-экономическим, ... ,  
поведенческим:  
географическим психографическим половозрастным национальным
3. Вербовка персонала с целью устранения имеющейся в данный момент нехватки персонала в организации – это ...  
- непосредственная вербовка персонала

- опосредованная вербовка персонала
- отбор персонала

4. Непрерывно осуществляемая деятельность по формированию на рынке труда положительного имиджа организации – это ...  
непосредственная вербовка персонала опосредованная вербовка персонала отбор персонала

5. Результативность мероприятий, связанных с маркетингом персонала, определяется способами: ... анализа привлекательности аудита контроллинга маркетинга персонала открытости прозрачности

6. Совокупность действий собственника рабочей силы, направленных на поиск и создание максимально благоприятных условий для формирования его конкурентоспособности на перспективу называется ...  
реклама поиск работы  
самомаркетинг  
маркетинг

7. Соответствие структуры производства и занятости потребности рынка в товарах и услугах называется:  
внутриорганизационной конкурентоспособностью внешней конкурентоспособностью эффективной занятостью рациональной расстановкой

8. Комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик товара «рабочая сила», определяющая его успех на рынке труда, проявляющийся в эффективности труда и в способности к профессиональному развитию называется:  
рыночным успехом состоятельностью конкурентоспособностью

9. Маркетинг персонала - это вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале  
анализ ситуации на рынке труда для регулирования потребности в специалистах дефицитных специальностей  
анализ ожиданий нынешних и потенциальных сотрудников, а также определение выполнимости и реальной степени исполнения этих ожиданий

10. Основными составляющими маркетинга персонала не являются:  
разработка требований к персоналу  
определение количественной и качественной потребности в персонале  
деловая оценка персонала  
отбор персонала

11. Внутренним фактором маркетинга персонала не является:  
развитие технологии  
цели организации кадровый потенциал финансовые ресурсы

12. Активным путем покрытия потребности в персонале является:  
поиск претендентов через рекламные объявления в СМИ

заявки по вакансиям в службы занятости  
ожидание претендентов после проведения рекламной компании местного характера

13. Поведенческим признаком сегментирования рынка труда является:  
мотивационные установки  
тип личности уровень дохода

14. Информационная функция включает в себя следующее направление исследования:  
исследование ресурсов предприятия  
исследование текучести кадров  
исследование имиджа организации

15. Трудовой потенциал – это:  
часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике  
совокупность духовных и физических способностей человека, которые он использует всякий раз когда создает потребительские стоимости  
способность персонала организации при наличии у него определенных качественных характеристик и соответствующих социально-экономических, организационных условий достигать определенный конечный результат

16. Основными составляющими маркетинга персонала не являются:  
разработка требований к персоналу  
расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала выбор путей покрытия потребности в персонале  
профессиональная оценка персонала

17. Внешним фактором маркетинга персонала не является:  
развитие законодательства  
кадровый потенциал  
ситуация на рынке  
развитие технологий

18. Пассивным путем покрытия потребности в персонале является:  
поиск претендентов через своих сотрудников  
поиск претендентов через рекламные объявления в специальных изданиях  
заявки по вакансиям в службы занятости поиск непосредственно в учебных заведениях

19. Психографическим признаком сегментирования рынка труда является: карьерные ориентации  
личностные качества  
семейное положение

20. Коммуникационная функция включает в себя следующее мероприятие:  
внутренние связи  
изучение рынка труда  
исследование имиджа организации

21. Задание в закрытой форме:  
Безработица имеет место на рынке труда .....

- a. Постоянно
- b. Циклически

22. Задание в открытой форме:  
Раскройте сущность понятий «маркетинг» и «маркетинг персонала».

23. Какое управленческое действие не относится к функциям менеджмента персонала?

- а) планирование;
- б) прогнозирование;
- в) мотивация;
- г) составление отчетов;
- д) организация.

24. Управленческий персонал включает:

- а) вспомогательных рабочих;
- б) сезонных рабочих;
- в) младший обслуживающий персонал;
- г) руководителей, специалистов;
- д) основных рабочих.

25. Японскому менеджменту персонала не относится:

- а) пожизненный наем на работу;
- б) принципы старшинства при оплате и назначении;
- в) коллективная ответственность;
- г) неформальный контроль;
- д) продвижение по карьерной иерархии зависит от профессионализма и успешно выполненных задач, а не от возраста рабочего или стажа.

26. С какими дисциплинами не связана система наук о труде и персонале?

- а) «Экономика труда»;
- б) «Транспортные системы»;
- в) «Психология»;
- г) «Физиология труда»;
- д) «Социология труда».

27. Должностная инструкция на предприятии разрабатывается с целью:

- а) определение определенных квалификационных требований, обязанностей, прав и ответственности персонала предприятия;
- б) найма рабочих на предприятие;
- в) отбора персонала для занятия определенной должности;
- г) согласно действующему законодательству;
- д) достижения стратегических целей предприятия.

28. Изучение кадровой политики предприятий-конкурентов направленно:

- а) на разработку новых видов продукции;
- б) на определение стратегического курса развития предприятия;
- в) на создание дополнительных рабочих мест;
- г) на перепрофилирование деятельности предприятия;
- д) на разработку эффективной кадровой политики своего предприятия.

29. Что включает инвестирование в человеческий капитал?

- а) вкладывание средств в производство;
- б) вкладывание средств в новые технологии;

- в) расходы на повышение квалификации персонала;
- г) вкладывание средств в строительство новых сооружений.
- д) вкладывание средств в совершенствование организационной структуры предприятия.

30. Человеческий капитал — это:

- а) форма инвестирования в человека, т. е. затраты на общее и специальное образование, накопление суммы здоровья от рождения и через систему воспитания до работоспособного возраста, а также на экономически значимую мобильность.
- б) вкладывание средств в средства производства;
- в) нематериальные активы предприятия.
- г) материальные активы предприятия;
- д) это совокупность форм и методов работы администрации, обеспечивающих эффективный результат.

31. Функции управления персоналом представляют собой:

- а) комплекс направлений и подходов работы в с кадрами, ориентированный на удовлетворение производственных и социальных потребностей предприятия;
- б) комплекс направлений и подходов по повышению эффективности функционирования предприятия;
- в) комплекс направлений и подходов по увеличению уставного фонда организации;
- г) комплекс направлений и подходов по совершенствованию стратегии предприятия;
- д) комплекс направлений и мероприятий по снижению себестоимости продукции.

32. Потенциал специалиста – это:

- а) совокупность возможностей, знаний, опыта, устремлений и потребностей;
- б) здоровье человека;
- в) способность адаптироваться к новым условиям;
- г) способность повышать квалификацию без отрыва от производства;
- д) способность человека производить продукцию

33. Горизонтальное перемещение рабочего предусматривает такую ситуацию:

- а) переводение с одной работы на другую с изменением заработной платы или уровня ответственности;
- б) переводение с одной работы на другую без изменения заработной ты или уровня ответственности;
- в) освобождение рабочего;
- г) понижение рабочего в должности;
- д) повышение рабочего в должности.

34. Профессиограмма — это:

- а) перечень прав и обязанностей работников;
- б) описание общетрудовых и специальных умений каждого работника на предприятии;
- в) это описание особенностей определенной профессии, раскрывающее содержание профессионального труда, а также требования, предъявляемые к человеку.
- г) перечень профессий, которыми может овладеть работник в пределах его компетенции;
- д) перечень всех профессий.

35. Какой раздел не содержит должностная инструкция?

- а) «Общие положения»;
- б) «Основные задачи»;
- в) «Должностные обязанности»;
- г) «Управленческие полномочия»;
- д) «Выводы».

36. Интеллектуальные конфликты основаны:

- а) на столкновении приблизительно равных по силе, но противоположно направленных нужд, мотивов, интересов и увлечений в одного и того человека;
- б) на столкновении вооруженных групп людей;
- в) на борьбе идей в науке, единстве и столкновении таких противоположностей, как истинное и ошибочное;
- г) на противостоянии добра и зла, обязанностей и совести;
- д) на противостоянии справедливости и несправедливости.

37. Конфликтная ситуация — это:

- а) столкновение интересов разных людей с агрессивными действиями;
- б) предметы, люди, явления, события, отношения, которые необходимо привести к определенному равновесию для обеспечения комфортного состояния индивидов, которые находятся в поле этой ситуации;
- в) состояние переговоров в ходе конфликта;
- г) определение стадий конфликта;
- д) противоречивые позиции сторон по поводу решения каких-либо вопросов.

38. На какой стадии конфликта появляется явное (визуальное) проявление острых разногласий, достигнутое в процессе конфликта:

- а) начало;
- б) развитие;
- в) кульминация;
- г) окончание;
- д) послеконфликтный синдром как психологический опыт.

39. Латентный период конфликта характеризуется такой особенностью:

- а) стороны еще не заявили о своих претензиях друг к другу;
- б) одна из сторон признает себя побежденной или достигается перемирие;
- в) публичное выявление антагонизма как для самих сторон конфликта, так и для посторонних наблюдателей;
- г) крайнее агрессивное недовольство, блокирование стремлений, продолжительное отрицательное эмоциональное переживание, которое дезорганизует сознание и деятельность;
- д) отсутствуют внешние агрессивные действия между конфликтующими сторонами, но при этом используются косвенные способы воздействия.

40. Стиль поведения в конфликтной ситуации, характеризующийся активной борьбой индивида за свои интересы, применением всех доступных ему средств для достижения поставленных целей — это:

- а) приспособление, уступчивость;
- б) уклонение;
- в) противоборство, конкуренция;
- г) сотрудничество;
- д) компромисс.

41. Комплексная оценка работы — это:

- а) оценка профессиональных знаний и умений с помощью контрольных вопросов;
- б) определение совокупности оценочных показателей качества, сложности и эффективности работы и сравнение с предыдущими периодами с помощью весовых коэффициентов;

- в) оценка профессиональных знаний, привычек и уровня интеллекта с помощью контрольных вопросов;
- г) определение профессиональных знаний и привычек с помощью специальных тестов с их дальнейшей расшифровкой.
- д) оценка профессиональных знаний, привычек и уровня интеллекта с помощью социологических опросов.

42. Коллегиальность в управлении — это ситуация, когда:

- а) персонал определенного подразделения — это коллеги по отношению друг к другу;
- б) только руководитель организации может управлять персоналом, но некоторые полномочия он может делегировать своим подчиненным;
- в) существует децентрализация управления организацией;
- г) работодатели работают в тесном контакте друг с другом и связаны узами сотрудничества и взаимозависимости, составляют управленческий штат.
- д) существует централизация управления организацией.

43. Какая подсистема кадрового менеджмента направлена на разработку перспективной кадровой политики:

- а) функциональная;
- б) тактическая;
- в) управляющая;
- г) обеспечивающая;
- д) стратегическая.

44. Целью какой школы было создание универсальных принципов управления:

- а) школа научного управления;
- б) классическая школа или школа административного управления;
- в) школа человеческих отношений;
- г) школа науки о поведении;
- д) школа науки управления или количественных методов.

45. Кадровый потенциал предприятия – это:

- а) совокупность работающих специалистов, устраивающихся на работу, обучающихся и повышающих квалификацию с отрывом от производства;
- б) совокупность работающих специалистов;
- в) совокупность устраивающихся на работу;
- г) совокупность обучающихся и повышающих квалификацию с отрывом от производства;
- д) совокупность перемещающихся по служебной лестнице.

46. Какое положение предусматривает теория приобретенных потребностей Д. Мак-Клелланда:

- а) выделение гигиеничных и мотивирующих факторов;
- б) распределение всех рабочих на желающих работать и тех, кто не желает работать;
- в) наличие у рабочего потребности в достижении, в соучастии, во власти;
- г) потребность человека быть справедливо вознагражденным;
- д) все потребности человека расположенные в определенной иерархии.

47. Какая теория мотивации относится к процессуальным теориям?

- а) теория нужд А. Маслоу;
- б) теория ожидания В. Врума;
- в) теория приобретенных потребностей Д. Мак-Клелланда;
- г) теория существования, связи и роста К. Альдерфера;
- д) теория двух факторов Ф. Гецберга.

48. Валентность согласно теории В. Врума — это:
- а) мера вознаграждения;
  - б) мера ожидания;
  - в) ожидание определенного вознаграждения в ответ на достижения результатов;
  - г) мера ценности или приоритетности;
  - д) ожидание желаемого результата от затраченных дополнительных усилий.
49. Основным положением какой теории является то, что люди субъективно определяют отношение полученного вознаграждения к затраченным усилиям и соотносят с вознаграждением других людей?
- а) теории нужд А. Маслоу;
  - б) теории ожидания В. Врума;
  - в) расширенной модели ожидания Портера — Лоулера;
  - г) теории приобретенных потребностей Д. Мак-Клелланда;
  - д) теории равенства С. Адамса.
50. Теория усиления Б. Ф. Скиннера основанная на таком положении:
- а) выделение гигиеничных и мотивирующих факторов;
  - б) поведение людей обусловлено последствиями их деятельности в подобной ситуации в прошлом;
  - в) все потребности человека расположенные в определенной иерархии;
  - г) потребность человека основана на справедливом вознаграждении;
  - д) наличие у рабочего потребности в достижении, в соучастии, во власти;
51. К содержательным мотивационным теориям относятся теории:
- а) Б. Ф. Скиннера;
  - б) С. Адамса;
  - в) В. Врума;
  - г) модель Портера — Лоулера;
  - д) Ф. Герцберга.
52. Какое положение относится к теории мотивации Портера-Лоулера:
- а) результативный труд ведет к удовлетворению работников;
  - б) человек ответственный;
  - в) поведение людей обусловлено последствиями их деятельности в подобной ситуации в прошлом;
  - г) человек стремится делегировать полномочия;
  - д) человек удовлетворен лишь экономическим стимулированием.
53. Какие потребности в теории А. Маслоу являются базовыми (находящиеся на нижнем уровне иерархии потребностей)?
- а) физиологические;
  - б) защищенности и безопасности;
  - в) принадлежности и причастности;
  - г) признание и уважение;
  - д) самовыражение.
54. Какое положение не относится к теории мотивации Ф. Герцберга:
- а) отсутствие гигиенических факторов ведет к неудовлетворенности трудом;
  - б) наличие мотиваторов может лишь частично и неполно компенсировать отсутствие факторов гигиены;
  - в) в обычных условиях наличие гигиенических факторов воспринимается как естественное и не оказывает мотивационного воздействия;
  - г) максимальное позитивное мотивационное воздействие достигается с помощью мотиваторов при наличии факторов гигиены;
  - д) максимальное позитивное мотивационное воздействие достигается с помощью мотиваторов при отсутствии факторов гигиены;



55. Какое количество групп потребностей выделяет теоретическая модель мотивации К. Альдерфера:
- а) две;
  - б) три;
  - в) четыре;
  - г) пять;
  - д) шесть.
56. Средний уровень зарплаты одного работника рассчитывается:
- а) как отношение качественной продукции к общему объему товарной продукции;
  - б) как отношение прибыли к себестоимости произведенной продукции;
  - в) как отношение себестоимости к стоимости товарной продукции;
  - г) как отношение объема произведенной продукции к общей численности работников;
  - д) как отношение общего фонда оплаты труда к общей численности персонала.
57. Какой стиль руководства не включает модель, описывающая зависимость стиля руководства от ситуации, предложенная Т. Митчелом и Р. Хаусом?
- а) «стиль поддержки»;
  - б) «инструментальный» стиль;
  - в) стиль ориентированный «на достижение»;
  - г) стиль руководства, ориентированный на участие подчиненных в принятии решений;
  - д) стиль «предлагать».
58. Какой стиль лидерства не включает теория жизненного цикла П. Херси и К. Бланшара?
- а) стиль «давать указания»;
  - б) «продавать указания»;
  - в) «информировать».
  - г) «участвовать»;
  - д) «делегировать»;
59. Какое количество вариантов руководства выделяет модель стилей руководства Врума-Йеттона:
- а) три;
  - б) четыре;
  - в) пять;
  - г) шесть;
  - д) семь.
60. Какой из пяти основных стилей руководства, согласно двухмерной модели поведения руководителя (управленческая решетка Блейка и Мутона), является самым эффективным?
- а) «страх перед бедностью»;
  - б) «Команда»(групповое управление) ;
  - в) «Дом отдыха – загородный клуб»;
  - г) «Власть – подчинение – задача»;
  - д) «Посредине пути»;
61. Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что влияющий имеет возможность удовлетворять его потребности:
- а) власть, основанная на принуждении;
  - б) власть, основанная на вознаграждении;
  - в) экспертная власть;
  - г) эталонная власть;
  - д) законная власть.
62. Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что влияющий имеет возможность заставлять и полное право наказывать:
- а) власть, основанная на принуждении;
  - б) власть, основанная на вознаграждении;

- в) экспертная власть;
- г) эталонная власть;
- д) законная власть.

63. Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что руководитель обладает специальными знаниями и компетенцией, которые позволят удовлетворить его потребности:

- а) власть, основанная на принуждении;
- б) власть, основанная на вознаграждении;
- в) экспертная власть;
- г) эталонная власть;
- д) законная власть.

64. Какой вид власти подразумевает веру исполнителя в то, что влияющий имеет право отдавать приказания и что его долг подчиняться им:

- а) власть, основанная на принуждении;
- б) власть, основанная на вознаграждении;
- в) экспертная власть;
- г) эталонная власть;
- д) законная власть.

65. При каком виде власти характеристики и свойства влияющего настолько привлекательны для исполнителя, что он хочет быть таким же как влияющий:

- а) власть, основанная на принуждении;
- б) власть, основанная на вознаграждении;
- в) экспертная власть;
- г) эталонная власть;
- д) законная власть.

66. Определение квалификации специалиста, уровня знаний либо отзыв о его способностях, деловых и иных качествах:

- а) аттестация;
- б) дискриминация;
- в) авторизация;
- г) должностная инструкция;
- д) апробация.

67. Руководитель, имеющий достаточный объем власти, чтобы навязывать свою волю исполнителям.

- а) авторитарный руководитель;
- б) демократичный руководитель;
- в) либеральный руководитель;
- г) консультативный руководитель;
- д) инструментальный руководитель.

68. Конфликты в зависимости от способа разрешения, делятся на:

- а) социальные, национальные, этнические, межнациональные, организационные, эмоциональные;
- б) антагонистические, компромиссные;
- в) вертикальные, горизонтальные;
- г) открытые, скрытые, потенциальные;
- д) внутриличностные, межличностные, внутригрупповые, межгрупповые.

69. Затраты на здравоохранение, воспитание, физическое формирование, интеллектуальное развитие, получение общего образования, приобретение специальности – это:

- а) инвестиции в строительство спортивных комплексов;
- б) инвестиции в человеческий капитал;
- в) инвестиции в новые технологии;

- г) инвестиции в производство;
- д) инвестиции в учебно-оздоровительные комплексы.

70. Показатель, характеризуется изменением индексов цен на товары и услуги, которые входят в состав потребительских корзин минимального потребительского бюджета:

- а) индексы цен;
- б) индекс стоимости жизни;
- в) индексы продукции сельского хозяйства;
- г) индексы продукции животноводства;
- д) индексы продукции растениеводства.

71. Неосязаемая личная собственность: продукт интеллектуальной деятельности, который проявляется в эффекте использования в различных сферах жизни общества:

- а) нематериальная собственность;
- б) интеллектуальная собственность;
- в) радиочастотный ресурс;
- г) материальная собственность;
- д) аэрокосмические разработки.

72. Регулирует взаимоотношения между работодателями, т. е. покупателями продуктов интеллектуального труда и самими субъектами интеллектуальной деятельности по поводу формирования цены интеллектуального труда:

- а) инфраструктура финансового рынка;
- б) аграрные биржи;
- в) инфраструктура рынка интеллектуального труда;
- г) фонды содействия предпринимательству;
- д) собственники интеллектуального труда.

73. Внешним фактором маркетинга персонала является ..., внутренним фактором маркетинга персонала является ...

- ситуация на рынке
- кадровый потенциал предприятия

74. 1. О какой концепции маркетинга персонала идет речь: Наем персонала осуществляют на низшие должности, что предполагает определенную специфику отбора и найма и обучения. Это связано с доминирующей политикой «пожизненного найма», а также с некоторыми особенностями японской системы образования, при которой будущий сотрудник готовится как специалист широкого профиля. Особое внимание в данной системе уделяется принципу преемственности, который затрагивает не только профессиональные аспекты, но и процесс формирования организационной культуры, традиционности производственного процесса и коллективных взаимоотношений...

2. О какой концепции маркетинга персонала идет речь: Предприятия во многих случаях отдают предпочтение внутренним источникам покрытия потребности в персонале, хотя формально условия конкурса на замещение вакантной должности равнозначны как для внешних претендентов, так и для собственных сотрудников предприятия. Предпочтение внутренним источникам обусловлено экономией средств и усилий на процесс обучения и адаптации новых сотрудников....:

1. Японская
2. Российская
3. Западноевропейская
4. Американская

75. О какой концепции маркетинга персонала идет речь: Фирмы не делают различий по значимости внутренних и внешних источников покрытия потребности в персонале, предоставляя равные возможности при отборе на вакантную должность как своим

сотрудникам, так и внешним претендентам. Именно поэтому данную концепцию называют смешанной. Ее специфика обусловлена демократичностью общества и системы управления. Особенное внимание уделяется контролю за соблюдением трудовых и социальных прав национальных и расовых меньшинств ...

1. Японская
2. Российская
3. Западноевропейская
4. Американская

76. Направления маркетинговой деятельности в области персонала НЕ включают

1. разработку профессиональных требований к персоналу;
2. определение качественной и количественной потребности в персонале;
3. - расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала;
4. снижении себестоимости продукции
5. выбор источников и путей покрытия потребности в персонале

77. О какой из функций маркетинга персонала идет речь: Собирают информацию для кадрового планирования. Маркетинг персонала исследует информацию о требованиях, которые предъявляют на рынке труда к должностям работники, к рабочим местам, изучает внешнюю и внутреннюю среду организации, исследует рынок труда и имидж компании и работодателя, изучает требования, которые предъявляют к профессии, должности и рабочему месту кандидаты на вакантные должности.

1. Коммуникативная
2. Аналитическая
3. Информационная

78. О какой из функций маркетинга персонала идет речь: При помощи данной функции, персонал-маркетинг обрабатывает всю полученную информацию, и подготавливает новую информацию для разработки мероприятий, необходимых на повышение конкуренто- способности компании и ее развитие.

1. Коммуникативная
2. Аналитическая
3. Информационная

79. О какой из функций маркетинга персонала идет речь: Установить контакт с субъектами рынка труда таким образом, чтобы полностью удовлетворить потребность в персонале организации. Коммуникация налаживается как с внешним рынком труда, так и с сотрудниками организации.

1. Коммуникативная
2. Аналитическая
3. Информационная

80. Маркетинг персонала рассматривает персонал в качестве ...

1. Внешних клиентов фирмы
2. Внешних и внутренних клиентов фирмы
3. Внутренних клиентов фирмы

81. Основными составляющими маркетинга персонала НЕ являются:

1. Разработка качественных требований к персоналу
2. Определение количественной и качественной потребности в персонале
3. Изучение рынка и запросов потребителей

4. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала
  5. Выбор путей покрытия потребности в персонале
  6. Деловая оценка персонала
  7. Анализ и контроль эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям
82. Основными предпосылками маркетинга персонала НЕ следует считать...
    1. Организационную структуру управления
    2. Состояние кадрового потенциала организации
    3. Выявление и удовлетворение потребностей потребителя в повышении качества жизни
    4. Наличие вакансий в штатном расписании
    5. Фирменный стиль
    6. Имидж организации
  83. Принято считать, задачами маркетинга персонала НЕ являются:
    1. Исследование рынка для установления текущих и перспективных потребностей организации в количестве и качестве персонала;
    2. Изучение развития производства для современной подготовки новых рабочих мест и требований к сотрудникам;
    3. Распространение информации о вреде и нежелательности потребления товара
  4. Поиск и приобретение персонала, характеристики которого соответствуют требованиям, предъявляемым организацией
84. В комплекс маркетинга персонала-микс включаются...
    1. Комплекс маркетинговых мероприятий на рынке
    2. Товар, цена, продвижение, распространение (продажи), персонал
    3. Поставщики, конкуренты, клиенты
    4. Функции службы маркетинга
85. Изучение кадровой политики предприятий-конкурентов направленно:
    - а) на разработку новых видов продукции;
    - б) на определение стратегического курса развития предприятия;
    - в) на создание дополнительных рабочих мест;
    - г) на перепрофилирование деятельности предприятия;
    - д) на разработку эффективной кадровой политики своего предприятия.
  86. Что включает инвестирование в человеческий капитал?
    - а) вкладывание средств в производство;
    - б) вкладывание средств в новые технологии;
    - в) расходы на повышение квалификации персонала;
    - г) вкладывание средств в строительство новых сооружений.
    - д) вкладывание средств в совершенствование организационной структуры предприятия.
  87. Человеческий капитал — это:
    - а) форма инвестирования в человека, т. е. затраты на общее и специальное образование, накопление суммы здоровья от рождения и через систему воспитания до работоспособного возраста, а также на экономически значимую мобильность.
    - б) вкладывание средств в средства производства;
    - в) нематериальные активы предприятия.
    - г) материальные активы предприятия;
    - д) это совокупность форм и методов работы администрации, обеспечивающих эффективный результат.

88. Функции управления персоналом представляют собой:

- а) комплекс направлений и подходов работы в с кадрами, ориентированный на удовлетворение производственных и социальных потребностей предприятия;
- б) комплекс направлений и подходов по повышению эффективности функционирования предприятия;
- в) комплекс направлений и подходов по увеличению уставного фонда организации;
- г) комплекс направлений и подходов по совершенствованию стратегии предприятия;
- д) комплекс направлений и мероприятий по снижению себестоимости продукции.

89. Потенциал специалиста – это:

- а) совокупность возможностей, знаний, опыта, устремлений и потребностей;
- б) здоровье человека;
- в) способность адаптироваться к новым условиям;
- г) способность повышать квалификацию без отрыва от производства;
- д) способность человека производить продукцию

90. Горизонтальное перемещение рабочего предусматривает такую ситуацию:

- а) переводение с одной работы на другую с изменением заработной платы или уровня ответственности;
- б) переводение с одной работы на другую без изменения заработной ты или уровня ответственности;
- в) освобождение рабочего;
- г) понижение рабочего в должности;
- д) повышение рабочего в должности.

91. Профессиограмма — это:

- а) перечень прав и обязанностей работников;
- б) описание общетрудовых и специальных умений каждого работника на предприятии;
- в) это описание особенностей определенной профессии, раскрывающее содержание профессионального труда, а также требования, предъявляемые к человеку.
- г) перечень профессий, которыми может овладеть работник в пределах его компетенции;
- д) перечень всех профессий.

92. Какой раздел не содержит должностная инструкция?

- а) «Общие положения»;
- б) «Основные задачи»;
- в) «Должностные обязанности»;
- г) «Управленческие полномочия»;
- д) «Выводы».

93. Интеллектуальные конфликты основаны:

- а) на столкновении приблизительно равных по силе, но противоположно направленных нужд, мотивов, интересов и увлечений в одного и того человека;
- б) на столкновенье вооруженных групп людей;
- в) на борьбе идей в науке, единстве и столкновении таких противоположностей, как истинное и ошибочное;
- г) на противостоянии добра и зла, обязанностей и совести;
- д) на противостоянии справедливости и несправедливости.

94. Конфликтная ситуация — это:

- а) столкновенье интересов разных людей с агрессивными действиями;

- б) предметы, люди, явления, события, отношения, которые необходимо привести к определенному равновесию для обеспечения комфортного состояния индивидов, которые находятся в поле этой ситуации;
- в) состояние переговоров в ходе конфликта;
- г) определение стадий конфликта;
- д) противоречивые позиции сторон по поводу решения каких-либо вопросов.

95. Совокупность средств воздействия на потребителей рынка труда с целью вызвать у них желаемую ответную реакцию называется ...:

- рекламной компанией
- маркетинг-микс персонала
- имиджиологией
- опосредованной вербовкой

96. Рынок труда сегментируется по трем группам критериям: социально-экономическим, ... , поведенческим:

- географическим
- психографическим
- половозрастным
- национальным

97. Вербовка персонала с целью устранения имеющейся в данный момент нехватки персонала в организации – это ...

- непосредственная вербовка персонала
- опосредованная вербовка персонала
- отбор персонала

98. Непрерывно осуществляемая деятельность по формированию на рынке труда положительного имиджа организации – это ...

- непосредственная вербовка персонала
- опосредованная вербовка персонала
- отбор персонала

99. Результативность мероприятий, связанных с маркетингом персонала, определяется способами: ... анализа привлекательности

- аудита
- контроллинга
- маркетинга персонала
- открытости прозрачности

100. Совокупность действий собственника рабочей силы, направленных на поиск и создание максимально благоприятных условий для формирования его конкурентоспособности на перспективу называется ...

- реклама
- поиск работы
- самомаркетинг
- маркетинг

**Шкала оценивания результатов тестирования:** в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме

обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале (для зачета) или в оценку по 5-балльной шкале (для экзамена) следующим образом:

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по дихотомической шкале</i>
100–50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100–85	отлично
84–70	хорошо
69–50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

***Критерии оценивания результатов тестирования:***

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

## ***2.2 КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАЧИ***

*Компетентностно-ориентированная задача № 1*

Разработайте стратегию маркетинга персонала для следующих сегментов трудовых ресурсов:

- 1) работающие на предприятии выпускники колледжей, продолжающие обучение в вузе;
- 2) рабочие предприятия предпенсионного возраста;
- 3) менеджеры низового звена (мастера, заместители начальников отделов);
- 4) сотрудники предприятия, проживающие в общежитии;
- 5) безработные, имеющие профессии, аналогичные имеющимся на предприятии вакансиям с низкой оплатой труда;
- б) высококвалифицированные служащие, работающие в настоящее время в конкурирующих компаниях.

*Компетентностно-ориентированная задача № 2*

Объясните, как можно использовать разные типы исследования для составления прогноза реакции работников организации на новую систему оценки труда.

*Компетентностно-ориентированная задача № 3*

Найдите на сайте Федеральной службы государственной статистики «Справочник Россия в цифрах. Краткий статистический сборник» за последний доступный год. Изучите в нем разделы: 1. Основные социально-экономические характеристики российской



федерации; 2. Население; 3. Труд; 4. Уровень жизни населения. Подготовьте сообщение с небольшой презентацией по следующим вопросам:

- 1) Динамика численности населения России. Понятие и динамика численности экономически активного населения
- 2) Характеристика плотности населения России
- 3) Распределение населения России по возрасту и средняя продолжительность жизни
- 4) Динамика международной миграции
- 5) Безработица в РФ
- 6) Основные социально-экономические индикаторы уровня жизни населения

*Компетентностно-ориентированная задача № 4*

Провести контент-анализ объявлений с предложениями о работе, на основе которого оценить масштабы дискриминации на рынке труда г. Курск. Какие модели дискриминации использованы?

*Компетентностно-ориентированная задача № 5*

Изучите особенности рынка услуг кадрового обеспечения. Какие услуги предоставляют кадровые агентства?

Используя Интернет-ресурсы (например, <http://vhre.ru>) ответьте на вопросы:

- 1) Как выбрать кадровое агентство для сотрудничества?
- 2) По каким параметрам их сравнивать?
- 3) Сравните 3 агентства по специфике их работы - подготовьте доклад и слайды.

**Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:** в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале (для зачета) или в оценку по 5-балльной шкале (для экзамена) следующим образом:

*Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал*

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по дихотомической шкале</i>
100–50	зачтено
49 и менее	не зачтено

*Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал*

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100–85	отлично
84–70	хорошо
69–50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

***Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:***

**6-5 баллов** выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

**4-3 балла** выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

**2-1 балла** выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

**0 баллов** выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.