

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ворошилова Ольга Леонидовна
Должность: декан ФЛиМК
Дата подписания: 09.09.2024 08:57:26
Уникальный программный ключ:
abd894de8ff3e434f187d14b3be82fda3f663e010c359e4ba6bb821c5e

Аннотация
к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг персонала»

Цель дисциплины - формирование у студентов системы профессиональных знаний, умений, практических навыков и компетенций в области маркетинга персонала организации.

1.2 Задачи дисциплины

- сформировать комплекс знаний в области теоретических основ маркетинга персонала;
- научить анализировать, оценивать и использовать различные формы и методы маркетингового управления персоналом;
- обеспечить формирование навыков реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности.

Индикаторы компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК – 4.1 – осуществляет сбор, обработку и анализ информации о потребностях в персонале в соответствии с планами, стратегиями и структурами организации

ПК – 4.2 – применяет способы и методы привлечения, подбора и отбора персонала, соответствующего требованиям организации

ПК-5.1 – осуществляет разработку планов и мероприятий по развитию, обучению и построению профессиональной карьеры персонала

ПК- 5.2 – Анализирует уровень общего развития и профессиональной квалификации персонала для составления индивидуальных планов карьерного развития работников

Разделы дисциплины

Теоретические основы маркетинга персонала. Маркетинговые исследования рынка труда. Стратегия управления маркетингом персонала. Организация и управление маркетингом персонала. Оценка эффективности маркетинга персонала.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ


Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

лингвистики и межкультурной
коммуникации

(наименование ф-та полностью)

 О.Л. Ворошилова
(подпись, инициалы, фамилия)

« 29 » марта 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг персонала

(наименование дисциплины)

ОПОП ВО 37.03.02 Конфликтология,

(шифр и наименование направления подготовки)

направленность (профиль) «Конфликтология в управлении персоналом»

(наименование направленности (профиля))

форма обучения очная

ОПОП ВО с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования

Курск – 2024

Рабочая программа дисциплины составлена:

– в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 37.03.02 Конфликтология, утвержденным приказом Минобрнауки России от 29.07.2020 г. № 840;

– с учетом ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 955;

– на основании учебного плана ОПОП ВО 37.03.02 Конфликтология, направленность (профиль) «Конфликтология в управлении персоналом», одобренного Ученым советом университета (протокол № 9 от 27.03.2024).

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для обучения студентов по ОПОП ВО 37.03.02 Конфликтология, направленность (профиль) «Конфликтология в управлении персоналом» с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования на совместном заседании выпускающих кафедр «Коммуникологии и психологии» и «Экономики, управления и аудита» (протокол № 0 от 24 03 2024 г.).

Зав. кафедрой коммуникологии и психологии
канд. психол. наук, доцент _____

Е.А. Никитина

Зав. кафедрой экономики, управления и аудита
д-р. экон. наук, профессор _____

Е.А. Бессонова

Разработчик программы
канд. экон. наук, доцент _____

Т.А. Беляева

Директор научной библиотеки _____

В.Г.Макаровская

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 37.03.02 Конфликтология, направленность (профиль) «Конфликтология в управлении персоналом», одобренного Ученым советом университета протокол № «__» __ 20 __ г., на совместном заседании выпускающих кафедр «Коммуникологии и психологии» и «Экономики, управления и аудита» (протокол № __ от «__» __ 202 __ г.).

Зав. кафедрой коммуникологии и психологии
канд. психол. наук, доцент _____

Е.А. Никитина

Зав. кафедрой экономики, управления и аудита
д-р. экон. наук, профессор _____

Е.А. Бессонова

1 Цель и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Цель дисциплины - формирование у студентов системы профессиональных знаний, умений, практических навыков и компетенций в области маркетинга персонала организации.

1.2 Задачи дисциплины

- сформировать комплекс знаний в области теоретических основ маркетинга персонала;
- научить анализировать, оценивать и использовать различные формы и методы маркетингового управления персоналом;
- обеспечить формирование навыков реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 1.3 – Результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
Код компетенции	Наименование компетенции		
ПК - 4	Способен осуществлять деятельность по обеспечению персоналом организации	ПК – 4.1 Осуществляет сбор, обработку и анализ информации о потребностях персонала в соответствии с планами, стратегиями и структурами организации	Знать: методы сбора, обработки и анализа информации о потребностях в персонале в соответствии с планами, стратегиями и структурами организации Уметь: организовать сбор, обработку и анализ информации о потребностях в персонале в соответствии с планами, стратегиями и структурами организации Владеть: практическими навыками сбора, обработки и анализа информации о потребностях в персонале в соответствии с планами, стратегиями и структурами организации

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
Код компетенции	Наименование компетенции		
		ПК – 4.2 Применяет способы и методы привлечения, подбора и отбора персонала, соответствующего требованиям организации	Знать: способы и методы привлечения, подбора и отбора персонала, соответствующего требованиям организации. Уметь: использовать способы и методы привлечения, подбора и отбора персонала, соответствующего требованиям организации Владеть: практическими навыками привлечения, подбора и отбора персонала, соответствующего требованиям организации.
ПК – 5	Способен организовывать и проводить мероприятия по развитию, обучению и построению профессиональной карьеры персонала	ПК-5.1 Осуществляет разработку планов и мероприятий по развитию, обучению и построению профессиональной карьеры персонала	Знать: мероприятий по развитию, обучению и построению профессиональной карьеры персонала. Уметь: разрабатывать планы и мероприятия по развитию, обучению и построению профессиональной карьеры персонала. Владеть: практическими навыками разработки планов и мероприятий по развитию, обучению и построению профессиональной карьеры персонала
		ПК- 5.2 Анализирует уровень общего развития и профессиональной квалификации персонала для составления индивидуальных планов карьерного развития работников	Знать: уровень общего развития и профессиональной квалификации персонала для составления индивидуальных планов карьерного развития работников Уметь: анализировать уровень общего развития и профессиональной квалификации персонала для составления индивидуальных планов карьерного развития работников Владеть: практическими навыками анализа уровня общего развития и профессиональной квалификации персонала для составления индивидуальных планов карьерного развития работников

2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг персонала» является вариативной дисциплиной, входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата 37.03.02 Конфликтология, направленность (профиль) «Конфликтология в управлении персоналом» с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования. Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре. Дисциплина имеет практико-ориентированный характер.

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 (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единиц (з.е.), 108 академических часов.

Таблица 3 – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	...
в том числе:	
лекции	42
лабораторные занятия	0
практические занятия	42
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	23,9
Контроль (подготовка к экзамену)	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	0,1
в том числе:	
зачет	0,1
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрен
экзамен (включая консультацию перед экзаменом)	не предусмотрен

4 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)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	Теоретические основы маркетинга персонала	Предпосылки возникновения маркетинга персонала. Система ценностей по отношению к труду. Этапы развития маркетинга персонала. Модели маркетинга персонала, разработанные Л. Берри, К. Грэнруса, П. Ахмеда и М. Рафика, И.Н. Лингса, М. Бруна, Ж.-П. Флипо. Современная интерпретация маркетинга персонала. Преимущества и недостатки использования технологии маркетинга персонала на предприятии. Внутренний маркетинг персонала. Внешний маркетинг персонала и его подвиды (ремаркетинг, поддерживающий, демаркетинг, противодействующий, конверсионный, стимулирующий, развивающий, синхромаркетинг). Международный маркетинг персонала. Риплейсмент. Информационная функция маркетинга персонала: исследование внешней и внутренней среды организации. Аналитическая функция – методы анализа маркетинговой информации. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала. Коммуникационная функция. Мероприятия по формированию внутренних связей организации. Методы работы с общественностью. Интеллектуальная функция маркетинга персонала.
2	Маркетинговые исследования рынка труда	Изучение рынка труда. Направления изучения рынка труда в маркетинге персонала. Спрос на рабочие места. Потребности и ожидания работников. Рынок труда как комплексный источник потенциальных претендентов
3	Стратегия управления маркетингом персонала	Кадровая политика: понятие и виды. Экономические интересы кадровой политики организации. Основные направления кадровой политики организации. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации. Функции отдела маркетинга персонала на предприятии. Необходимость маркетинга персонала в организации. Особенности маркетинга предприятия: Инструменты маркетинга персонала и маркетинг-микс. Риски реализации стратегии маркетинга персонала организации.
4	Организация и управление маркетингом персонала	Разработка профессиональных требований к персоналу. Требования к персоналу и запросы к работодателю. Определение качественной и количественной потребности в персонале. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала. Выбор источников (внешние/внутренние) и путей покрытия

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
		<p>(пассивные/активные) потребности в персонале. Стратегии покрытия потребности в персонале. Сегментация рынка труда: факторы, определение целевых групп персонала. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю. Анализ основных конкурентов. Анализ партнеров предприятия. Анализ внутренних ресурсов и способностей предприятия-работодателя. Позиционирование рабочего места. Формирование и реализация целевого плана мероприятий. Профессиональный отбор (критерии). Формирование принципов отбора и найма для замещения вакантной должности. Выявление поля интересов предприятия на рынке рабочей силы. Вербовка. Процедура отбора. Эффективность службы персонала по поиску новых сотрудников. Маркетинговые концепции управления персоналом. Зарубежный опыт использования маркетинга персонала.</p>
5	Оценка эффективности маркетинга персонала	<p>Понятие эффективности. Различие понятий «эффективность» и «результативность». Контроллинг персонала: понятие и технология. Анализ «важность-исполнение». Мотивационные атрибуты работы. Методы оценки удовлетворенности потребителей и качества услуг: опрос покупателей, «таинственный покупатель». Система взаимосвязанных показателей эффективности предприятия. Взаимосвязь удовлетворенности потребителей и удовлетворенности персонала. Методика И.С. Негановой. Коэффициент удовлетворенности персонала. Матрица удовлетворенности персонала. Методика Н.Г. Зеркалий. Методика сегментирования персонала: организационное, иерархическое, поведенческое, ценностное. Мероприятия по повышению эффективности маркетинга персонала на предприятии. Клиентоориентированный подход к организации. Стратегия управления отношениями с клиентами (CRM). Опыт использования стратегии CRM на российских предприятиях. Клиентоориентированность персонала: основные элементы, виды. Определение понятий «потребитель» и «клиент». Контактные аудитории организации</p>

Таблица 4.1.2 – Содержание дисциплины и его методическое обеспечение

№	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	Компетенции
		лек, час	№ лаб.	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Теоретические основы маркетинга персонала	8		1	У-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 МУ-1,2	С Т	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-5.1
2	Маркетинговые исследования рынка труда	8		2	У-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 МУ-1,2	С Т РКС	ПК-4.1 ПК-4.2
3	Стратегия управления маркетингом персонала	8		3	У-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 МУ-1,2	С Т	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-5.1 ПК-5.2
4	Организация и управление маркетингом персонала	10		4	У-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 МУ-1,2	С Т Р	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-5.1
5	Оценка эффективности маркетинга персонала	8		5	У-1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 МУ-1,2	С Т РКС	ПК-4.2 ПК-5.1 ПК-5.2

С – собеседование, Т – тестирование, Р – подготовка и защита рефератов, Пр – подготовка презентации, РКС – разбор конкретных ситуаций

4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического занятия	Объем, час.
1	Теоретические основы маркетинга персонала	8
2	Маркетинговые исследования рынка труда	8
3	Стратегия управления маркетингом персонала	8
4	Организация и управление маркетингом персонала	10
5	Оценка эффективности маркетинга персонала	8
Итого		42

4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час
1	Теоретические основы маркетинга персонала	4 неделя	5
2	Маркетинговые исследования рынка труда	8 неделя	4,6
3	Стратегия управления маркетингом персонала	12 неделя	5
4	Организация и управление маркетингом персонала	16 неделя	4,8
5	Оценка эффективности маркетинга персонала	18 неделя	4,5
Итого			23,9

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 экономики, управления и аудита в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников университета.

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

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.

кафедрой:

- путем обеспечения доступности всего необходимого учебно-методического и справочного материала;

- путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств.

- путем разработки:

- методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов;

- тем рефератов;

- методических указаний к выполнению практических занятий и т.д.

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. Технологии использования воспитательного потенциала дисциплины

Реализация ОПОП ВО с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования и компетентностного подхода предусматривает широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

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

№	Наименование раздела (темы лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час.
1	Практическое занятие «Теоретические основы маркетинга персонала»	Разбор конкретных ситуаций	2
2	Практическое занятие «Маркетинговые исследования рынка труда»	Разбор конкретных ситуаций	2
3	Практическое занятие «Стратегия управления маркетингом персонала»	Разбор конкретных ситуаций	2
4	Практическое занятие «Организация и управление маркетингом персонала»	Разбор конкретных ситуаций	2
5	Практическое занятие «Оценка эффективности маркетинга персонала»	Разбор конкретных ситуаций	2
Итого:			10

Содержание дисциплины обладает значительным воспитательным потенциалом, поскольку в нем аккумулирован современный социокультурный и научный опыт человечества. Реализация воспитательного потенциала дисциплины осуществляется в рамках единого образовательного и воспитательного процесса и способствует непрерывному развитию личности каждого обучающегося. Дисциплина вносит значимый вклад в формирование общей и профессиональной культуры обучающихся. Содержание дисциплины способствует правовому, экономическому, профессионально-трудовому, культурно-творческому воспитанию обучающихся.

Реализация воспитательного потенциала дисциплины подразумевает:

– целенаправленный отбор преподавателем и включение в лекционный материал, материал для практических занятий содержания, демонстрирующего обучающимся образцы настоящего научного подвижничества создателей и представителей производства и экономики, высокого профессионализма ученых, их ответственности за результаты и последствия деятельности для природы, человека и общества; примеры

подлинной нравственности людей, причастных к развитию науки, экономики и производства, а также примеры творческого мышления;

– применение технологий, форм и методов преподавания дисциплины, имеющих высокий воспитательный эффект за счет создания условий для взаимодействия обучающихся с преподавателем, другими обучающимися, представителями работодателей (командная работа, проектное обучение, деловые игры, разбор конкретных ситуаций, решение кейсов и др.);

– личный пример преподавателя, демонстрацию им в образовательной деятельности и общении с обучающимися за рамками образовательного процесса высокой общей и профессиональной культуры.

Реализация воспитательного потенциала дисциплины на учебных занятиях направлена на поддержание в университете единой развивающей образовательной и воспитательной среды. Реализация воспитательного потенциала дисциплины в ходе самостоятельной работы обучающихся способствует развитию в них целеустремленности, инициативности, креативности, ответственности за результаты своей работы – качеств, необходимых для успешной социализации и профессионального становления.

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

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

Таблица 7.1 – Этапы формирования компетенций

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули), практики, при изучении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
ПК-4.1 Осуществляет сбор, обработку и анализ информации о потребностях в персонале в соответствии с планами, стратегиями и структурами организации	Рынок труда	Рекрутмент	<u>Маркетинг персонала</u> Кадровое планирование и бюджетирование Основы кадрового аудита и контроллинга Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-4.2 Применяет способы и методы привлечения, подбора и отбора персонала, соответствующего требованиям организации	Рынок труда	Рекрутмент	<u>Маркетинг персонала</u> Кадровое планирование и бюджетирование Основы кадрового аудита и контроллинга Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-5.1 Осуществляет разработку планов и мероприятий по развитию, обучению и построению профессиональной карьеры персонала			Обучение и развитие персонала <u>Маркетинг персонала</u> Оценка и аттестация персонала Организационное консультирование Основы коучинга и консалтинга Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-5.2 Анализирует уровень общего развития и профессиональной квалификации персонала для составления индивидуальных планов карьерного развития работников			Обучение и развитие персонала <u>Маркетинг персонала</u> Оценка и аттестация персонала Организационное консультирование Основы коучинга и консалтинга Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

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

Таблица 7.2 – Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Код компетенции/ этап (наименование этапа по таблице 6.1)	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за практикой)	Критерии и шкала оценивания компетенций			
		Недостаточный уровень («неудовл.»)	Пороговый уровень («удовл.»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
ПК / завершающий	ПК- 4.1 ПК-4.2	<p>Знать: демонстрирует менее 60% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК - 4. Обучающийся нуждается в постоянных подсказках; допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно.</p>	<p>Знать: демонстрирует 60-74% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК - 4. Знания обучающегося имеют поверхностный характер, имеют место неточности и ошибки.</p>	<p>Знать: демонстрирует 75-89% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК - 4. Обучающийся имеет хорошие, но не исчерпывающие знания; допускает неточности.</p>	<p>Знать: демонстрирует 90-100% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК - 4. Знания обучающегося являются прочными и глубокими, имеют системный характер. Обучающийся свободно оперирует знаниями.</p>
		<p>Уметь: демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 1.3 для ПК -4.</p>	<p>Уметь: в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 1.3 для ПК -4.</p>	<p>Уметь: сформированные и самостоятельное применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ПК -4.</p>	<p>Уметь: хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ПК -4.</p>
		<p>Владеть: навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-4, не развиты.</p>	<p>Владеть: навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-4, развиты на элементарном уровне.</p>	<p>Владеть: навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-4, хорошо развиты.</p>	<p>Владеть: навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-4, доведены до автоматизма.</p>

Код компетенции/ этап (наименование этапа по таблице 6.1)	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за практикой)	Критерии и шкала оценивания компетенций			
		Недостаточный уровень («неудовл.»)	Пороговый уровень («удовл.»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
ПК - 5/ завершающий	ПК-5.1 ПК - 5.2	<p>Знать: демонстрирует менее 60% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК - 5. Обучающийся нуждается в постоянных подсказках; допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно.</p>	<p>Знать: демонстрирует 60-74% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК - 5. Знания обучающегося имеют поверхностный характер, имеют место неточности и ошибки.</p>	<p>Знать: демонстрирует 75-89% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК - 5. Обучающийся имеет хорошие, но не исчерпывающие знания; допускает неточности.</p>	<p>Знать: демонстрирует 90-100% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК - 5. Знания обучающегося являются прочными и глубокими, имеют системный характер. Обучающийся свободно оперирует знаниями.</p>
		<p>Уметь: демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 1.3 для ПК -5.</p>	<p>Уметь: в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 1.3 для ПК -5.</p>	<p>Уметь: сформированные и самостоятельное применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ПК -5.</p>	<p>Уметь: хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ПК -5.</p>
		<p>Владеть: навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-5, не развиты.</p>	<p>Владеть: навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-5, развиты на элементарном уровне.</p>	<p>Владеть: навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-5, хорошо развиты.</p>	<p>Владеть: навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-5, доведены до автоматизма.</p>

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 основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.3 - Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля успеваемости

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	Основы маркетинга персонала	ПК-4.1 ПК - 4.2 ПК - 5.1 ПК-5.2	Лекция Практическое занятие СРС	Вопросы для собеседования	1-7	Согласно табл.7.2
				БТЗ (банк вопросов и заданий в тестовой форме)	1-20	
2	Маркетинговые исследования рынка труда	ПК-4.1 ПК - 4.2 ПК - 5.1 ПК-5.2	Лекция Практическое занятие СРС	Вопросы для собеседования	8-16	Согласно табл.7.2
				БТЗ (банк вопросов и заданий в тестовой форме)	21-40	
				Описание конкретной ситуации	1-5	
3	Стратегия управления маркетингом персонала	ПК-4.1 ПК - 4.2 ПК - 5.1 ПК-5.2	Лекция Практическое занятие СРС	Вопросы для собеседования	16-31	Согласно табл.7.2
				БТЗ (банк вопросов и заданий в тестовой форме)	41 -60	
4	Организация и управление маркетингом персонала	ПК-4.1 ПК - 4.2 ПК - 5.1 ПК-5.2	Лекция Практическое занятие СРС	Вопросы для собеседования	32-42	Согласно табл.7.2
				БТЗ (банк вопросов и заданий в тестовой форме)	61-80	
				Темы рефератов	11-15	
5	Оценка эффективности маркетинга персонала	ПК-4.1 ПК - 4.2 ПК - 5.1 ПК-5.2	Лекция Практическое занятие СРС	Вопросы для собеседования	43-53	Согласно табл.7.2
				БТЗ (банк вопросов и заданий в тестовой форме)	81-100	
				Описание конкретной ситуации	6-10	

7.3.1 Примеры типовых контрольных заданий для проведения текущего контроля успеваемости

Примеры типовых контрольных заданий для текущего контроля

Вопросы для собеседования

1. Какие методы используют для привлечения потенциальных кандидатов на вакансии?
2. Как определить целевую аудиторию для каждой конкретной вакансии?
3. Каким образом провести анализ рынка труда для определения конкурентоспособности предлагаемых условий труда?
4. Как удержать ключевых сотрудников и простимулировать их развитие внутри компании?
5. Каким образом измерить эффективность маркетинговых кампаний для привлечения персонала?
6. Как учесть бренд компании при формировании стратегии маркетинга персонала?
7. Какие инструменты и платформы используют для продвижения вакансий и привлечения кандидатов?
8. Каким образом адаптируют маркетинговые стратегии для различных профессиональных сфер и уровней должностей?
9. Какие метрики используют для оценки эффективности маркетинга персонала, и какие изменения в стратегии они могут подразумевать?
10. Как интегрировать отзывы сотрудников и данные о работе внутри компании в свои маркетинговые стратегии для привлечения новых кандидатов?

Примерный перечень тем для рефератов, докладов и мультимедийных презентаций

1. Роль маркетинга в привлечении и удержании талантливых сотрудников.
2. Маркетинговые стратегии для поиска и привлечения специалистов в условиях дефицита кадров.
3. Влияние employer branding на привлекательность компании для потенциальных сотрудников.
4. Использование социальных сетей в маркетинге персонала.
5. Эффективное использование рекрутинговых агентств в маркетинге персонала.
6. Разработка и продвижение вакансий как часть маркетинговой стратегии компании.

7. Внутренний маркетинг: как стимулировать развитие сотрудников внутри компании.
8. Маркетинговые инструменты для удержания ключевых сотрудников.
9. Анализ конкурентоспособности предлагаемых условий труда на рынке труда.
10. Методы измерения эффективности маркетинга персонала.
11. Разработка персонализированных маркетинговых стратегий для различных профессиональных сфер.
12. Маркетинговые стратегии для компаний с разным уровнем осведомленности о бренде на рынке труда.
13. Использование данных о работе внутри компании в маркетинге персонала.
14. Маркетинговые стратегии для привлечения молодых специалистов и студентов-стажеров.
15. Роль эмоционального интеллекта в маркетинге персонала.
16. Маркетинговые стратегии для управления изменениями в компании через участие персонала.
17. Этические аспекты маркетинга персонала: баланс интересов компании и кандидатов.
18. Маркетинговые стратегии для компенсации и стимулирования сотрудников.
19. Анализ использования технологий в маркетинге персонала: преимущества и недостатки.
20. Маркетинговые стратегии для улучшения работы HR-отдела и взаимодействия с другими подразделениями компании.

Тестовые задания

1. Маркетинг - это:
 - а) деятельность по управлению персоналом;
 - б) деятельность по управлению финансами;
 - в) деятельность по управлению производством;
 - г) деятельность по управлению спросом.
2. Потребность - это:
 - а) то или иное благо;
 - б) побуждение человека к деятельности;
 - в) ощущение отсутствия блага; г) результат сделки.
3. Маркетинг персонала – это вид деятельности по:
 - а) обеспечению организации финансами;
 - б) обеспечению организации человеческими ресурсами;
 - в) обеспечению организации рынками сбыта;

г) обеспечению организации соответствующей рекламной продукцией.

4. Объектами коммуникационной функции маркетинга персонала являются:

- а) реклама и связи с общественностью;
- б) сотрудники организации на внутреннем рынке труда;
- в) количественная и качественная потребность в персонале;
- г) целевые группы соискателей на внешнем рынке труда.

5. Классический комплекс маркетинга включает:

- а) рекламу, цены, товар, упаковку;
- б) товар, цену, методы распространения, методы продвижения; в) товарный знак, упаковку, цену, методы распространения;
- г) методы продвижения, цену, логистику, товар.

6. Методы определения потребности в персонале бывают:

- а) стохастические;
- б) нормативные;
- в) эвристические;
- г) экспертных оценок.

7. К внешним источникам набора персонала относятся:

- а) кадровые агентства,
- б) внутренний конкурс;
- в) специализированные Интернет-сайты;
- г) родные и знакомые работника фирмы

8. Внутренние источники найма персонала включают в себя:

- а) совмещение профессий;
- б) сверхурочную работу;
- в) кадровую ротацию;
- г) регулирования конфликта;
- д) аутсорсинг.

9. Сегментирование рынка труда — это:

- а) разделение персонала по уровню оплаты труда;
- б) исследование имиджа фирмы;
- в) выделение целевых групп работников;
- г) подбор персонала из внешних и внутренних источников.

10. Психологические признаки включают в себя:

- а) тип личности;
- б) состояние здоровья;
- в) жизненные потребности;
- г) ценностные ориентации.

11. Система оценочных показателей должна удовлетворять следующим требованиям:

- а) организации и условиям труда на предприятии;
- б) объективности и достоверности;
- в) наличие определенной численности работников;
- г) наличие определенных стандартов и норм оценки.

12. Первичная информация может быть получена из:

- а) журналов;
- б) статистических ежегодников;
- в) Интернета;
- г) опросов потребителей.

13. Какое из следующих утверждений верно?

- а) примером вторичных данных является информация, полученная непосредственно от респондентов;
- б) вторичные данные практически недоступны для большинства организаций;
- в) природа и тип изучаемой проблемы определяют выбор подхода к сбору данных;
- г) примером первичных данных является отчет об объемах продаж компании.

14. Оценка сильных и слабых сторон деятельности организации - это:

- а) позиционирование;
- б) конкуренция;
- в) SWOT-анализ;
- г) продвижение.

15. К показателям интенсивного использования персонала относятся:

- а) анализ профессиональных компетенций персонала;
- б) анализ использования рабочего времени;
- в) анализ технологической документации производственного процесса;
- г) анализ условий труда.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости представлены в УММ по дисциплине.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. Зачет проводится в форме тестирования (бланкового и/или компьютерного).

Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы

(КИМ) – задания в тестовой форме, составляющие банк тестовых заданий (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 4 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных долях (%). БТЗ включает в себя не менее 100 заданий и постоянно пополняется.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах:

- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов),
- открытой (необходимо вписать правильный ответ),
- на установление правильной последовательности,
- на установление соответствия.

Умения, навыки и компетенции проверяются с помощью задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов. Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат КИМ позволяет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

Примеры типовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задание в закрытой форме:

К основным этапам деятельности маркетинга персонала относятся:

- 1) сегментирование рынка труда;
- 2) выбор и анализ источников информации;
- 3) развитие корпоративной культуры;
- 4) адаптация персонала.

2. Маркетинг персонала – это вид деятельности по:

- 1) обеспечению организации финансами;
- 2) обеспечению организации человеческими ресурсами;
- 3) обеспечению организации рынками сбыта;
- 4) обеспечению организации соответствующей рекламной продукцией.

Задание в открытой форме:

1. Раскройте сущность понятий «маркетинг» и «маркетинг персонала».

2. При помощи данной функции, персонал - маркетинг обрабатывает всю полученную информацию, и подготавливает новую информацию для разработки мероприятий, необходимых на повышения конкурентоспособности компании и ее развитие — это функция...

- а) коммуникативная
- б) информационная
- в) аналитическая

Задание на установление соответствия:

1. Соотнесите базовые термины маркетинга персонала с их описанием:

- A. Целевой маркетинг персонала.
- B. Сегментация рынка труда.
- C. Лизинг (аренда) персонала (кадровый лизинг).
- D. Маркетинг персонала.

a. Фокусируемый на определенной целевой группе работников, которой может быть иностранный контингент для привлечения в отечественные компании, молодежь, женщины, бывшие военные и т. д..

b. Форма временного привлечения персонала со стороны; осуществляется на основе долгосрочного или краткосрочного договора между лизинговой компанией (лизингодателем), сдающей в аренду персонал, и фирмой-арендатором (лизингополучателем), которая постепенно вносит арендную плату за использование рабочей силы другой фирмы. Л

c. Управленческая деятельность, направленная на изучение изменений на рынке труда в целях разработки программы по привлечению и набору компетентных работников для покрытия перспективных потребностей организации в человеческих ресурсах.

d. Разделение рынка труда на отдельные части (сегменты) по какому-либо признаку.

2. Основными составляющими маркетинга персонала НЕ являются:

- a) разработка качественных требований к персоналу;
- b) определение количественной и качественной потребности в персонале;
- c) мотивация сотрудников и расчет заработной платы;
- d) расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала;
- e) выбор путей покрытия потребности в персонале;
- f) деловая оценка персонала;
- g) анализ и контроль эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям.

Компетентностно-ориентированные задачи:

Задача 1. Разработать и провести анкетирование сотрудников для оценки уровня удовлетворенности условиями труда и выявления предпочтений в рамках корпоративной культуры (на примере....). Провести анализ конкурентоспособности предлагаемых компанией бенефитов и вознаграждений на рынке труда среди сотрудников аналогичных профессиональных профилей.

Задача 2. Провести фокус-группы с сотрудниками различных подразделений компании для выявления их ожиданий от корпоративной культуры и предложить меры по ее улучшению. Продумать программу для мероприятия "День открытых дверей" для потенциальных кандидатов с целью презентации корпоративной культуры и привлечения новых сотрудников.

Задача 3. Компания А была оштрафована на 1000 дол. за неудовлетворительный уровень подготовки своих сотрудников. Руководство этой компании в марте отстранило от работы 300 своих страховых агентов для прохождения курса обучения, а сама компания стала первой оштрафованной компанией со стороны контролирующей организации Б.

Компания Б – организация, осуществляющая контроль за деятельностью страховых компаний, обязала компанию А выплатить штраф 1000 дол. включая затраты на обучение неквалифицированного персонала. Компания Б провела проверку компании А после получения ряда заявлений по поводу процедур подбора персонала.

В результате проверок, которые длились три месяца, был приостановлен наем новых страховых агентов, последовали изменения в руководстве компании А.

Генеральным директором компании вместо г-на Иванова был назначен г-н Петров. В результате все страховые агенты были направлены на прохождение курса обучения, чтобы качество их работы соответствовало стандартам, устанавливаемым компанией Б.

Компания А — одна из крупнейших в стране страховых компаний с 5-миллионным количеством клиентов. По подсчетам г-на Петрова, действия компании Б обошлись компании А в 10 млн дол. в виде недополученной прибыли. Каждому клиенту, который получил неквалифицированные консультации, было предложено полное возмещение затрат. Г-н Сидоров, глава комитета по защите прав инвесторов, заявил, что штраф не решает проблемы, но доказывает состоятельность существования контролирующей организации Б, призванной уберечь инвесторов от предложенных им неудовлетворительных программ инвестирования.

Вопросы:

1. Почему компании А пришлось временно отстранить от работы весь штат своих агентов?

2. Какие имеются доводы «за» и «против» существования контролирующих организаций типа Б, которые имеют полномочия от имени государства контролировать работу частных компаний?

3. Должны ли контролирующие организации иметь право накладывать штраф на компании за неспособность обучить собственный персонал работать в соответствии со стандартами контролирующей организации?

4. Какие проблемы в подборе персонала у компании А смогли привлечь внимание контролирующей организации?

5. Почему был приостановлен наем на работу в компанию А новых страховых агентов?

6. Какой должна быть политика подбора персонала, чтобы в дальнейшем избежать проблем с контролирующей организацией?

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации представлены в УММ по дисциплине.

7.3.2 Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. Зачет проводится в виде компьютерного тестирования.

Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы (КИМ) – вопросы и задания в тестовой форме, составляющие банк тестовых заданий (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 4 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных долях (%). БТЗ включает в себя не менее 100 заданий и постоянно пополняется. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах:

- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов),
- открытой (необходимо вписать правильный ответ),
- на установление правильной последовательности,
- на установление соответствия.

Умения, навыки и компетенции проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов.

Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня

сложности. Такой формат КИМ позволяет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

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 «О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам при освоении обучающимися образовательных программ»;

– методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

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

Таблица 7.4 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
Собеседование	2	Краткий ответ со знанием терминов	5	Развернутый ответ с анализом и примерами
Тестирование	2	Выполнил, доля правильных ответов менее 50%	10	Выполнил, доля правильных ответов более 90%
Разбор конкретной ситуации	2	Типовое решение	6	Оригинальное решение
Решение производственных задач	2	Решил менее 50 % задачи	6	Решил более 90% задачи
Подготовка и защита рефератов	2	Частичное, необоснованное описание поставленной проблемы	4	Грамотное изложение материала, полное обоснование поставленной проблемы
Подготовка презентации	2	Представленный материал структурирован и систематизирован.	3	Проставленный материал структурирован, систематизирован, информативен посредством представления наиболее важных аспектов темы через графики, рисунки и таблицы
СРС	12		34	

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
Итого	24		48	
Посещаемость	0		16	
Зачет (или зачет с оценкой, или экзамен)	0		36	
Итого	24		100	

Для промежуточной аттестации обучающихся, проводимой в виде 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 компетентностно-ориентированной 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 Чернопятов, А. М. Маркетинг персонала: учебник / А. М. Чернопятов. - 2-е изд., стер. - Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 277 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564386> (дата обращения: 21.05.2024) . - Режим доступа: по подписке. - Б. ц. - Текст : электронный.

2 Управление персоналом организации: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: учебник / Е. Н. Валишин, И. А. Иванова, Е. В. Камнева [и др.]; ред.: М. В. Полевая [и др.]. - Москва: Прометей, 2021. - 330 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690654> (дата обращения: 21.05.2024). - Режим доступа: по подписке. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-00172-199-4: Б. ц. - Текст: электронн

3. Управление персоналом: учебное пособие / М. С. Гусарова, И. Г. Решетникова, А. В. Копытова, Е. Л. Чижевская; Тюменский индустриальный университет. - Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2019. - 212 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611332> (дата обращения: 21.05.2024). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

8.2 Дополнительная учебная литература

4 Краснова, С. В. Управление персоналом : практикум / С. В. Краснова, Е. Г. Букатина. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2020. - 90 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612642> (дата обращения: 21.05.2024) . - Режим доступа: по подписке. - Б. ц. - Текст : электронный.

5 Василенко, В. А. Стратегическое управление персоналом : учебное пособие / В. А. Василенко. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2022. - 208 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621205> (дата обращения: 21.05.2024) . - Режим доступа: по подписке. - Текст : электронный.

6 Управление персоналом: учебное пособие / авт.-сост. А. И. Коломиец. - Москва: Директ-Медиа, 2022. - 176 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683095> (дата обращения: 21.05.2024). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

7 Овсянникова, Е. А. Психология управления : учебное пособие / Е. А. Овсянникова, А. А. Серебрякова. - 3-е изд., перераб. - Москва : Флинта, 2020. - 222 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279817> (дата обращения: 15.01.2024) . - Режим доступа: по подписке. - Текст : электронный

8 Управление персоналом : учебник / под ред.: Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2017. - 568 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682209> (дата обращения: 15.01.2024) . - Режим доступа: по подписке. - Текст : электронный.

8.3 Перечень методических указаний

1 Маркетинг персонала: методические указания к практическим занятиям для студентов направления подготовки 38.03.03 Управление персоналом / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. А. С. Стародубцева. - Электрон. текстовые дан. (299 КБ). - Курск : ЮЗГУ, 2022. - 21 с. - Загл. с титул. экрана. - Б. ц. - Текст : электронный.

2 Маркетинг персонала: методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы для студентов направления подготовки 38.03.03 Управление персоналом / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А. С. Стародубцева. - Электрон. текстовые дан. (281 КБ). - Курск : ЮЗГУ, 2022. - 13 с. - Загл. с титул. экрана. - Б. ц. - Текст : электронный.

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

1 HR-портал - <https://hr-portal.ru/>

2 Битрикс24 - <https://www.bitrix24.ru/>

3 Группа Акцион - <https://action.group/about/>

4 Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации - <https://mintrud.gov.ru> -

5 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - <http://www.gks.ru>

6 Социальный фонд России - <https://sfr.gov.ru/>

7 Центр раскрытия корпоративной информации - <https://www.e-disclosure.ru/>

9 Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/library>

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://www.biblioclub.ru>

10 <http://www.top-personal.ru> – Журнал «Управление персоналом».

11 <http://www.hr-director.ru> – Журнал «Директор по персоналу»

12 <http://www.hr-portal.ru/tags/korporativnaya-kultura> – Сообщество HR-менеджеров.

13 <http://www.kadrovik.ru> – Национальный союз кадровиков.

14 www.shrm.org – Сайт «Society for Human Resource Management»

15 <http://www.pro-personal.ru> – Информационный портал для специалистов по кадрам и управлению персоналом

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами аудиторной работы студента при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия.

На лекциях излагаются и разъясняются основные понятия и положения каждой новой темы; важные положения аргументируются и иллюстрируются примерами из практики; объясняется практическая значимость изучаемой темы; делаются выводы; даются рекомендации для самостоятельной работы по данной теме. На лекциях необходимо задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных вопросов. В ходе лекции студент должен конспектировать учебный материал. Конспектирование лекций – сложный вид работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это лично студентом в режиме реального времени в течение лекции. Не следует стремиться записать лекцию дословно. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем кратко записать ее. Желательно заранее оставлять в тетради пробелы, куда позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно внести дополнительные записи. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, который преподаватель дает в начале лекционного занятия. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале.

Необходимым является глубокое освоение содержания лекции и свободное владение им, в том числе использованной в ней терминологией. Работу с конспектом лекции целесообразно проводить непосредственно после

ее прослушивания, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях. Работа с конспектом лекции предполагает перечитывание конспекта, внесение в него, по необходимости, уточнений, дополнений, разъяснений и изменений. Некоторые вопросы выносятся за рамки лекций. Изучение вопросов, выносимых за рамки лекционных занятий, предполагает самостоятельное изучение студентами дополнительной литературы, указанной в п.8.2.

Изучение наиболее важных тем или разделов дисциплины продолжается на практических занятиях, которые обеспечивают контроль подготовленности студента; закрепление учебного материала; приобретение опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, в том числе аргументации и защиты выдвигаемых положений и тезисов.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в учебниках и учебных пособиях, а также литературе, рекомендованной преподавателем. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала. При работе с источниками и литературой необходимо:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прочитанное;
- фиксировать основное содержание прочитанного текста; формулировать устно и письменно основную идею текста; составлять план, формулировать тезисы.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному освоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю. Обязательным элементом самостоятельной работы по дисциплине является самоконтроль. Одной из важных задач обучения студентов способам и приемам самообразования является формирование у них умения самостоятельно контролировать и адекватно оценивать результаты своей учебной деятельности и на этой основе управлять процессом овладения знаниями. Овладение умениями самоконтроля приучает студентов к планированию учебного труда, способствует углублению их внимания, памяти и выступает как важный фактор развития познавательных способностей. Самоконтроль включает:

– оперативный анализ глубины и прочности собственных знаний и умений;

– критическую оценку результатов своей познавательной деятельности.

Самоконтроль учит ценить свое время, позволяет вовремя заметить и исправить свои ошибки. Формы самоконтроля могут быть следующими:

– устный пересказ текста лекции и сравнение его с содержанием конспекта лекции;

– составление плана, тезисов, формулировок ключевых положений текста по памяти;

– пересказ с опорой на иллюстрации, чертежи, схемы, таблицы, опорные положения.

Самоконтроль учебной деятельности позволяет студенту оценивать эффективность и рациональность применяемых методов и форм умственного труда, находить допускаяемые недочеты и на этой основе проводить необходимую коррекцию своей познавательной деятельности.

При подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине необходимо повторить основные теоретические положения каждой изученной темы и основные термины, самостоятельно решить несколько типовых компетентностно-ориентированных задач.

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

Libreoffice операционная система Windows

Антивирус Касперского (или ESETNOD)

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

Работа студентов организована в аудитории в соответствии с расписанием. Наглядность и эффективность докладов (презентаций, лекционного материала) достигается с помощью Мультимедиа центра (проектор inFocusIN24 с ноутбуком ASUSX50VL и экран на треноге DraperDiplomat 60x60).

13 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

14 Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу дисциплины

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	измененных	замененных	аннулированных	новых			