

Образовательное учреждение профсоюзов
 высшего образования
 «Академия труда и социальных отношений»
 Курганский филиал

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

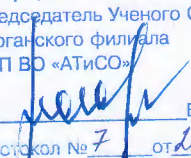
Маркетинг персонала

Направление подготовки :38.03.03 Управление персоналом

Форма обучения: заочная

Цикл дисциплин: Б.1.Б.15

Трудоемкость дисциплины (з.е./ ч.) 2 /72

Утверждаю:
 Председатель Ученого Совета
 Курганского филиала
 ОУП ВО «АТиСО»

 В.Г.Роговая
 Протокол № 7 от 15.06.2020 г.

Вид учебной работы	Часы	Семестры			
		1 курс	2 курс	3 курс	4 курс
Аудиторные занятия (всего), в том числе:	16			16	
Лекции	8			8	
Лабораторные работы					
Практические занятия:	8			8	
Из них: текущий контроль (тестирование, коллоквиум) (ТК)					
% интерактивных форм обучения от аудиторных занятий по дисциплине	25%			25%	
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	52			52	
Курсовая работа: (КР)					
Курсовой проект: (КП)					
Контрольная работа	+			+	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен):	Зачет/4			Зачет/4	
Общая трудоемкость дисциплины	72/ 2			72/ 2	

СВЕДЕНИЯ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Рабочая программа утверждена на 2015/2016 учебный год со следующими изменениями:

Программа переработана в связи
с принятым ФГОС МО - 38.03.03
Учебником переработан

Протокол заседания кафедры № 6 от « 11 » апреля 2016г.
Заведующий кафедрой Дудник А.В. | Дудник

Рабочая программа утверждена на 2016/2017 учебный год со следующими изменениями:

Программа пересмотрена и утверждена на
2016-2017 учебный год в связи с изменением списка
рекомендуемой литературы

Протокол заседания кафедры № 1 от « 30 » апр 2016г.
Заведующий кафедрой Дудник А.В. | Дудник

Рабочая программа утверждена на 2017/2018 учебный год со следующими изменениями:

Программа пересмотрена и утверждена на
2017-2018 учебный год в связи с принятым
списком рекомендуемой литературы

Протокол заседания кафедры № 7 от « 07 » марта 2017г.
Заведующий кафедрой Дудник А.В. | Дудник

СВЕДЕНИЯ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Рабочая программа утверждена на 2018/2019 учебный год со следующими изменениями:

Программа пересмотрена и утверждена на 2018-2019 учебный год в связи с изменением списка рекомендованной литературы.

Протокол заседания кафедры № 5 от « 10 » апреля 2018 г.
Заведующий кафедрой

к.п.н., доцент кафедры | *д.ф.н.* | *Корешин В.В.*

Рабочая программа утверждена на 2019/2020 учебный год со следующими изменениями:

Программа пересмотрена и утверждена на 2019-2020 учебный год в связи с изменением списка рекомендованной литературы.

Протокол заседания кафедры № 7 от « 22 » марта 2019 г.
Заведующий кафедрой

к.п.н., доцент кафедры | *д.ф.н.* | *Корешин В.В.*

Рабочая программа утверждена на 2020/2021 учебный год со следующими изменениями:

Программа пересмотрена и утверждена на 2020-2021 учебный год в связи с изменением списка рекомендованной литературы.

Протокол заседания кафедры № 5 от « 25 » июня 2020 г.
Заведующий кафедрой

к.п.н., доцент кафедры | *д.ф.н.* | *Корешин В.В.*

Рабочая программа составлена:

1 Место дисциплины в структуре ООП ВО:

«Маркетинг персонала» является важнейшей дисциплиной в подготовке бакалавров. Дисциплина дает эффективный инструмент в подходах к управлению персоналом с позиций современной маркетинговой концепции, базируется на теоретических предпосылках и положениях, рассмотренных в курсах «Маркетинг», «Управление персоналом», тесно связан с курсами «Экономика предприятия» и «Основы менеджмента».

Для освоения курса «Маркетинг персонала» студент должен обладать знаниям, умениям и компетенциям в управлении маркетинговой деятельностью в области персонала.

2 Цели и задачи освоения дисциплины

Цели и задачи дисциплины состоят в том, чтобы сформировать и развить у обучающегося компетенции, знания и навыки которые помогут специалистам в будущем эффективно принимать решения, в области маркетинга персонала, представляющего собой современную философию бизнеса, изучающую возможности удовлетворения потребностей рынка труда. Студент должен знать современную терминологию, касающуюся маркетинга и маркетинга персонала.

Задачей учебного курса является знакомство учащихся с основными положениями теории маркетинга, обучение учащихся приемам и методам функционального маркетинга, ознакомление студентов с методами сбора и анализа маркетинговой информации, подготовка к работе в условиях современного маркетинга.

3 Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции:

ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК-7 способность к самоорганизации и самообразованию;

ОПК-4 владение навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты РФ, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Фондом обязательного медицинского страхования Российской Федерации, Государственной инспекцией труда Российской Федерации, кадровыми агентствами, службами занятости населения);

ПК-2 знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике;

ПК-3 знание основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владение методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике;

ПК-4 знание основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике;

ПК-6 знание основ профессионального развития персонала, процессов обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала и умение применять их на практике;

ПК 15 - владение навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умение рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации;

ПК-16 владение навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умение применять их на практике;

ПК-19 владение навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала

4 Образовательные результаты освоения дисциплины, соответствующие определенным компетенциям

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Индекс компетенции	Компетенция	Образовательный результат
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и основные характеристики рынка труда; - государственную систему управления трудовыми ресурсами; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в персонале <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности

ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - государственную систему управления трудовыми ресурсами; - профессиональные, деловые и личностные качества работников с целью рационального их использования; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять анализ социальных процессов и отношений в организации <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> этикой деловых отношений, конфликтами и стрессами
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - законы развития человека в обществе и способы саморазвития <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - расставлять приоритеты, ставить личные цели, делать выводы из собственного опыта и опыта других <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками личностного и профессионального саморазвития
ОПК-4	владение навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты РФ, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Фондом обязательного медицинского страхования Российской Федерации, Государственной инспекцией труда Российской Федерации, кадровыми агентствами, службами занятости населения)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и особенности работы с внешними организациями (Пенсионным фондом РФ, Фондом социального страхования РФ, Фондом обязательного медицинского страхования РФ, Государственной инспекцией труда РФ, кадровыми агентствами, службами занятости населения) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> вести документацию и взаимодействовать с внешними организациями (Пенсионным фондом РФ, Фондом социального страхования РФ, Фондом обязательного медицинского страхования РФ, Государственной инспекцией труда РФ, кадровыми агентствами, службами занятости населения) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с внешними организациями (Пенсионным фондом РФ, Фондом социального страхования РФ, Фондом обязательного медицинского страхования РФ, Государственной инспекцией труда РФ, кадровыми агентствами, службами занятости населения)
ПК-2	знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы кадрового планирования сущность маркетинга персонала; основные принципы и методы разработки и реализации стратегии привлечения персонала <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> осуществлять оценку персонала при найме осуществлять сбор информации, проводить анализ данных, разрабатывать стратегии привлечения персонала в организацию. Разрабатывать и реализовывать планы, рассчитывать потребность организации в персонале <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки и реализации стратегии привлечения персонала навыками кадрового планирования в организации
ПК-3	знание основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> основы разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала

	подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владение методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике	методы деловой оценки персонала при найме Уметь: - разрабатывать требования к должностям, критерии подбора и расстановки персонала - осуществлять оценку персонала при найме Владеть: методами деловой оценки персонала при найме навыками разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала
ПК-4	знание основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике	Знать: - основы социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципы формирования системы трудовой адаптации персонала, Уметь: - проводить работу по профессиональной ориентации персонала, по разработке программ трудовой адаптации Владеть: - методами разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике
ПК-6	знание основ профессионального развития персонала, процессов обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала и умение применять их на практике	Знать: основы профессионального развития персонала, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, организацию работы с кадровым резервом, виды, формы и методы обучения персонала Уметь: - разрабатывать мероприятия по управлению карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала Владеть: навыками управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала
ПК-15	владение навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умение рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации	Уметь: - - сущность стратегического планирования организаций; - методы определения численности и профессионального состава персонала в соответствии со стратегическими планами организации Уметь: - рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации: -исследовать рынок Владеть: -навыками определения численности и профессионального состава персонала в соответствии со стратегическими планами организации; -навыками разработки и реализации стратегии привлечения персонала
ПК-16	владение навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умение применять их на	Знать: - современные тенденции в развитии маркетинга персонала; показатели конкурентоспособности организации в области подбора и привлечения персонала Уметь: - исследовать рынок; проводить анализ конкурентоспособности организации в области подбора и

	практике	привлечения персонала; - сегментировать рынок труда и позиционировать товар (рабочая сила) Владеть: - навыками проведения анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала
ПК-19	владение навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала	Знать: - классификацию рынка с позиции маркетинга персонала; - способы получения и анализа исследовательской информации; - методы проведения маркетинговых исследований в области управления персоналом. Уметь: - исследовать рынок; проводить анализ конкурентоспособности организации в области подбора и привлечения персонала; - сегментировать рынок труда и позиционировать товар (рабочая сила) Владеть: - навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналом

5 Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины и формируемых в них профессиональных и общекультурных компетенций

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Кол. Час	Компетенции										общее количество компетенций		
			Общекультурные			Общепрофессиональные	Профессиональные								
			ОК-3	ОК-6	ОК-7		ОПК-4	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-6	ПК-15		ПК-16	ПК-19
P1	Сущность и содержание маркетинга персонала	48+	+	+		+			+	+					1,33
P2	Управление маркетинговой деятельностью в области персонала	24		+		+	+	+	+	+	+	+	+		0,67
Итого:		72													2

6 Тематическое планирование

6.1 Распределение учебных занятий по разделам

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Количество часов по видам учебных занятий		
		лекции	практические занятия	самостоятельная работа
Р 1	Сущность и содержание маркетинга персонала	6	6	32
Р1.1	Сущность и принципы маркетинга персонала.	1	1	4
Р 1.2	Функции маркетинга персонала	1	1	6
Р 1.3	Цели, виды и уровни маркетинга персонала	1	1	6
Р 1.4	Маркетинг на рынке труда	1	1	4
Р 1.5	Сегментация рынка труда	1	1	6
Р 1.6	Методы определения потребности в персонале и учета его численности	1	1	6
Р 2	Управление маркетинговой деятельностью в области персонала	2	2	24
Р 2.1	Маркетинговые подходы к управлению персоналом в организации	2	2	24
	Итого:	8	8	56

6.2 Содержание лекционных занятий

Раздел 1 Сущность и содержание маркетинга персонала

Тема 1 Сущность и принципы маркетинга персонала

Понятие и сущность маркетинга персонала
Принципы МП.

Тема 2 Функции маркетинга персонала

Информационная и коммуникационная функции маркетинга персонала

Тема 3 Цели, виды и уровни маркетинга персонала

Деловая цель, экономическая, социальная цель МП
Внешний и внутренний маркетинг персонала

Тема 4 Маркетинг на рынке труда

Рынок труда: общие понятия. Уровни рынка труда

Тема 5 Сегментация рынка труда

Единичная, множественная, региональная сегментация.

Тема 6 Методы определения потребности в персонале и учета его численности

Планирование и оценка потребности в персонале. Планирование расходов на персонал

Раздел 2 Управление маркетинговой деятельностью в области персонала

Тема 7 Маркетинговые подходы к управлению персоналом в организации.

Основные направления маркетинга персонала и факторы их определяющие
Разработка мероприятий по направлениям маркетинга персонала.

6.3 Содержание практических занятий

Раздел 1 Сущность и содержание маркетинга

Тема 1 Сущность и принципы маркетинга персонала

Тема 2 Функции маркетинга персонала

Тема 3 Цели, виды и уровни маркетинга персонала

Тема 4 Маркетинг на рынке труда

Тема 5 Сегментация рынка труда

Тема 6 Методы определения потребности в персонале и учета его численности

Раздел 2 Управление маркетинговой деятельностью в области персонала

Тема 7 Маркетинговые подходы к управлению персоналом в организации.

6.4 Лабораторный практикум в дисциплине «Маркетинг персонала» учебным планом не предусмотрен.

6.5 Содержание самостоятельной работы студентов

Шифр СРС	Виды самостоятельной работы студентов (СРС)	Наименование и содержание раздела	Трудо-емкость, часы	Виды контроля СРС
С1	Углубленное изучение разделов, тем дисциплины лекционного курса	Раздел 1. Сущность и содержание маркетинга	26	Тестирование
		Раздел 2. Управление маркетинговой деятельностью в области персонала	20	Решение ситуационных задач
С2	Подготовка к зачету	Раздел 1. Сущность и содержание маркетинга	5	зачет
		Раздел 2. Управление маркетинговой деятельностью в области персонала	5	зачет
		Итого:	56	

7 Фонд оценочных средств

7.1 Оценочные средства

7.1.1 Темы контрольных работ

1. Российский рынок труда и тенденции его развития.
2. Товар «рабочая сила» и его особенности.
3. Понятие рынка труда и его виды (по территории, отрасли, профессии).
4. Основные принципы маркетинга.

5. Методы проведения маркетинговых исследований рынка труда.
6. Стадии проведения маркетинговых исследований рынка труда.
7. Комплекс маркетинговых проблем и проблемных блоков.
8. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности на рынке труда.
9. Основные направления маркетинговых исследований на рынке труда.
10. Выборочный метод сбора информации на рынке труда.
11. Количественная и качественная репрезентативность выборки.
12. Профессиографический метод анализа рабочего места.
13. Классификация факторов сегментации рынка труда по географическим, демографическим, экономическим признакам.
14. Выбор целевых сегментов рынка труда.
15. Массовый, дифференцированный, концентрированный маркетинг.
16. Прогнозирование потребности предприятия в персонале.
17. Методы определения потребности в персонале (экстраполяция, метод отношения, метод экспертных оценок, компьютерные модели).
18. Определение количественной потребности в персонале: нормативный метод, метод Розенкранца, метод микроэлементного нормирования.
19. Статистические методы прогнозирования потребности в персонале.
20. Конкурентоспособность на рынке труда.
21. Система коммуникаций в маркетинге персонала.
22. Способы трудоустройства.
23. Три модели политики стимулирования занятости персонала (американская, скандинавская, европейская).
24. Организация рекламы субъектов рынка рабочей силы: реклама работодателя, посредника, самореклама.
25. Критерии оценки эффективности рекламных посланий.
26. Правило AIDAC.
27. Характеристика международных региональных рынков труда.

7.1.2 Перечень тем рефератов

1. Теоретические основы найма и отбора персонала.
2. Маркетинговая информация, ее виды, значение.
3. Организационная культура и ее роль в сохранении «профессионального ядра» организации.
4. Роль и место маркетинга персонала в кадровом менеджменте.
5. Западный опыт и возможности его применения в маркетинге персонала.
6. Роль прогнозирования в маркетинге персонала.
7. Издержки найма работников.
8. Качественная потребность в персонале.
9. Планирование потребности в персонале.
10. Стратегический набор и отбор персонала.
11. Методы и формы отбора персонала.
12. Лизинг персонала как источник покрытия потребности.
13. Оценка эффективности управления персоналом.

14. Имидж фирмы и его значение в маркетинге персонала.
15. Оценка работы служб управления персоналом.
16. Методы оценки персонала.
17. Методы оценки управленческих кадров.
18. Роль и место аудита в маркетинге персонала.
19. Рынок труда и его роль в формировании кадрового потенциала организации.
20. Результативность внутреннего и внешнего отбора.
21. Оценка деятельности подразделений управления персоналом.
22. Оценка результатов деятельности руководителей и специалистов управления персоналом.
23. Маркетинг как инструмент планирования карьеры.
24. Маркетинговые исследования рынка труда.
25. Оценка кандидатов при приеме на работу. Конкурсный набор кандидатов.

Краткая характеристика оценочного средства «Реферат»

Конечная цель, получаемая в результате выполнения реферата позволяет оценить теоретические знания и практические навыки студента в области управленческого учета и учета персонала. Позволяет оценить уровень сформированности управленческих, аналитических навыков, навыков практического и творческого мышления. Выполняется в индивидуальном порядке.

Критерии оценивания «Реферат»

Оценка «зачтено» выставляется в том случае, если студент демонстрирует:

- знание основных понятий и умение оперировать ими;
- умение представить работу в научном контексте;
- владением научным стилем речи;
- аргументированную защиту основных положений работы, высокий уровень владения теоретическими основами управленческого учета и учета персонала;
- свободное владение письменной коммуникацией; аргументированную защиту основных положений работы, репрезентативность собранного материала, умение анализировать теоретические аспекты управленческого учета и учета персонала.

Оценка «незачтено» выставляется в том случае, если студент демонстрирует:

- компилятивность работы;
- несамостоятельность анализа научного материала;
- грубые стилистические и речевые ошибки;
- неумение защитить основные положения работы.

7.1.3 Перечень тем НИРС по дисциплине «Маркетинг персонала»:

1. Особенности российской модели рынка труда
2. Методы исследования и показатели для анализа рынка труда
3. Маркетинговое исследование рабочей силы

Краткая характеристика оценочного средства НИРС

Конечная цель, получаемая в результате выполнения научно-исследовательской работы позволяет оценить теоретические знания и практические навыки студента в области бухгалтерского управленческого учета и учета персонала. Позволяет оценить уровень сформированности управленческих, аналитических навыков, навыков практического и творческого мышления. Выполняется в индивидуальном порядке.

Критерии оценивания НИРС

Оценка «зачтено» выставляется в том случае, если студент демонстрирует:

- знание основных понятий и умение оперировать ими;
- умение представить работу в научном контексте;
- владением научным стилем речи;
- аргументированную защиту основных положений работы, высокий уровень владения теоретическими основами управленческого учета и учета персонала;
- свободное владение письменной коммуникацией; аргументированную защиту основных положений работы, репрезентативность собранного материала, умение анализировать теоретические аспекты управленческого учета и учета персонала;

Оценка «незачтено» выставляется в том случае, если студент демонстрирует:

- компилятивность работы;
- несамостоятельность анализа научного материала;
- грубые стилистические и речевые ошибки;
- неумение защитить основные положения работы.

7.2 Контрольные оценочные средства

7.2.1 Вопросы к зачету по дисциплине

1. Определение маркетинга, его сущность.
2. Функции маркетинга.
3. Цели маркетинга.
4. Комплекс маркетинга.
5. Основные концепции маркетинга. Эволюции концепций маркетинга.
6. Принципы маркетинга.
7. Подходы к маркетингу персонала.
8. Процесс маркетинга персонала.
9. Задачи маркетинга персонала.
10. Внешние факторы маркетинга персонала.
11. Внутренние факторы маркетинга персонала.
12. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
13. Информационная функция маркетинга персонала.
14. Требования, предъявляемые к должностям и рабочим местам.
15. Структура объявления о найме.
16. Изучение рынка труда.
17. Коммуникационная функция маркетинга персонала.
18. Внутриорганизационные связи в маркетинге персонала.
19. Сущность и содержание маркетингового плана.
20. Виды маркетинговых стратегий.
21. Определение понятий «рынок», «емкость рынка», «конъюнктура рынка».
Классификация рынков.
22. Сегментирование рынка.
23. Маркетинговая среда фирмы.
24. Система маркетинговой информации.
25. Схема маркетингового исследования рынка.
26. Основные методы проведения маркетинговых исследований.
27. Проведение анкетирования. Основные типы вопросов.
28. Комплекс маркетинговых коммуникаций.

29. Социально-этические вопросы организации работы предприятия или бизнес-кодекс.
30. Главные принципы корпоративной культуры.
31. Кадровый потенциал предприятия.
32. Система мотивации сотрудников.
33. Роль торгового персонала в деятельности фирмы по стимулированию процесса продажи.
34. Трудовые ресурсы как социально-экономическая категория (понятие, сущность).
35. Показатели движения кадров на предприятии. Положительные и отрицательные последствия текучести кадров.
36. Понятие рынка труда, его элементы и функции. Контингент населения, который является субъектом рынка труда.
37. Типы, формы, разновидности и сегменты рынков труда. Гибкость рынка труда.

7.2.1.1 Критерии оценивания «Зачет»

Оценка «зачтено» выставляется в том случае, если студент демонстрирует:

- знание основных понятий и умение оперировать ими;
- владением научным стилем речи;
- высокий уровень владения теоретическими и практическими основами управленческого учета и учета персонала;
- умение анализировать теоретические и практические аспекты управленческого учета и учета персонала.

Оценка «незачтено» выставляется в том случае, если студент демонстрирует:

- не раскрыто основное содержание материала;
- отсутствует умение работать на уровне воспроизведения, затруднения при ответах на стандартные вопросы.

7.2.2 Зачетный тест

Вопрос 1. Описание работы и их спецификация (определение требований к кандидатам) очень полезны для специалистов по набору и отбору персонала так как позволяют привлечь наиболее подходящих из всех возможных кандидатов:

- да;
- иногда;
- нет.

Вопрос 2. К какой подсистеме относится решение задачи создания творческой атмосферы при управлении персоналом ?

- поддержка здорового климата;
- воздействие на мотивацию поведения;
- создание нормальных условий труда;
- другие подсистемы.

Вопрос 3. Трудовой потенциал - это:

- это часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике;

это совокупность духовных и физических способностей человека, которые он использует всякий раз когда создает потребительные стоимости;

способность персонала организации при наличии у него определенных качественных характеристик и соответствующих социально-экономических, организационных условий достигать определенный конечный результат.

Вопрос 4. От чего зависит численность сотрудников подразделения ?

- сложность решаемых задач;
- трудоемкость решаемых задач;
- опасность решаемых задач;
- сложность и трудоемкость решаемых задач.

Вопрос 5. Стандартизированная форма изложения содержания работы на конкретном рабочем месте в определенное время является:

- должностной инструкцией;
- оценочным листом сотрудника;
- листом интервьюера;
- анкетой работника.

Вопрос 6. В каком документе отражается баланс прав и ответственности ?

- матрица соотношения прав и ответственности;
- должностная инструкция;
- табель (количество отработанного времени).

Вопрос 7. Маркетинг персонала - это:

- вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале;
- такая поведенческая культура, в которой имиджевые регуляторы осмысливаются персоналом как общественная необходимость;
- анализ ситуации на рынке труда для регулирования потребности в специалистах дефицитных специальностей;
- анализ ожиданий нынешних и потенциальных сотрудников (например, при найме на работу), а также определение выполнимости и реальной степени исполнения этих ожиданий.

Вопрос 8. Какими документами определяется количественный состав службы УП ?

- трудовым законодательством;
- профессионалами;
- Уставом организации и организационно-штатными структурами;
- должностными инструкциями.

Вопрос 9. Главными задачами персонал-маркетинга являются изучение развития производства, исследование рынка труда, анализ источников покрытия потребности в персонале, анализ путей получения персонала, анализ затрат на приобретение персонала, выбор альтернатив или комбинирование вариантов источников и путей покрытия потребностей в персонале:

- верно все;
- частично верно;
- неверно.

Вопрос 10. Временный добровольный отказ рабочих от выполнения своих трудовых долгов с целью решения коллективного трудового спора – это:

- бойкот;
- штурм;
- забастовка;
- митинг.

Вопрос 11. Как добиться уменьшения предложение работников в организации (привести численность в соответствие с ее реальными потребностями), не прибегая к увольнениям:

- перевод части сотрудников на сокращенный рабочий день или рабочую неделю;
- прекращение приема на работу;
- заключение краткосрочных контрактов;
- переобучение персонала.

Вопрос 12. Термин "трипартизм " охватывает такие вопросы в системе социального партнерства как:

- двусторонние коллективные договоры; трехсторонние коллективные консультации и переговоры между государством;
- трехсторонние коллективные договоры; (государства, работников и работодателей);
- многосторонние коллективные договоры; двусторонние коллективные консультации и общегосударственные переговоры;
- нет правильного ответа.

Вопрос 13. Как добиться увеличения предложения работников в организации (привести численность в соответствие с ее реальными потребностями), не прибегая к дополнительному найму со стороны:

- использовать переработки рабочего времени;
- использовать гибкое рабочее время;
- использовать контракты на конкретную работу.

Вопрос 14. Суммарное время на отдых и личные потребности за смену должно быть:

- не меньше 10 минут;
- не меньше 20 минут;
- не меньше 30 минут;
- нет правильного ответа.

Вопрос 15. Все занятые на предприятии делятся на:

- служащих, специалистов, руководителей;
- руководителей, рабочих, служащих;
- рабочих, служащих, специалистов;
- нет правильного ответа.

Вопрос 16. Повышение способности организации изменять численность работников в соответствии с изменениями объемов оказываемых услуг, производимых товаров путем использования добавочных или альтернативных источников рабочей силы представляет:

- численную адаптацию рабочей силы;
- функциональную адаптацию рабочей силы;
- дистанционную адаптацию рабочей силы;
- лизинг рабочей силы.

Вопрос 17. Способность организации изменять и приводить профессионально-квалификационную структуру своих работников в соответствии с требованиями изменившейся трудовой нагрузки представляет:

- численную адаптацию рабочей силы;
- функциональную адаптацию рабочей силы;
- дистанционную адаптацию рабочей силы;
- лизинг рабочей силы.

Вопрос 18. Форма организации рабочего времени, при которой для отдельных сотрудников или их группы допускается саморегулирование начала, окончания и общей продолжительности рабочего дня представляет использование:

- стандартных режимов работы;
- гибких режимов рабочего времени;
- частичной занятости.

Вопрос 19. Профессия — это:

- вид трудовой деятельности;
- разновидность трудовой деятельности в пределах специальностей;
- разновидность трудовой деятельности в пределах квалификации.

Вопрос 20. Разновидностями гибкого графика работы является:

- скользящий график;
- деление рабочего места;
- разделение работы;
- неполная ставка.

Вопрос 21. Основными составляющими маркетинга персонала не являются:

- разработка качественных требований к персоналу;
- определение количественной и качественной потребности в персонале;
- деловая оценка персонала.
- отбор персонала.

Вопрос 22. Внутренний фактор влияющий на маркетинг персонала это:

- развитые технологии;
- цели организации;
- кадровый потенциал;
- финансовые ресурсы.

Вопрос 23. Занятость сотрудника выполнением трудовых обязательств в течение меньшей по сравнению с законодательно установленными нормами продолжительности ежедневной и еженедельной работы представляет использование:

- стандартных режимов работы;
- гибких режимов рабочего времени;
- частичной занятости.

Вопрос 24. Маркетинговая деятельность в сфере управления персоналом включает в себя:

- анализ внешних и внутренних факторов;
- разработку требований к персоналу;
- выявление потребности в персонале;
- расчет затрат на персонал;
- разработка мероприятий, необходимых для покрытия потребности в персонале;
- все варианты верны.

Вопрос 25. Минимальная заработная плата:

- не имеет силы закона, может быть понижена или отрегулирована с учетом изменения стоимости жизни и других экономических условий;
- не имеет силы закона, не подлежит понижению, но должна время от времени регулироваться с учетом изменения стоимости жизни и других экономических условий;
- имеет силу закона, не подлежит понижению, но должна время от времени регулироваться с учетом изменения стоимости жизни и других экономических условий.

Вопрос 26. Принцип комплексности подразумевает:

- многовариантную проработку предложений по формированию системы управления персоналом и выбор наиболее рационального варианта для конкретных условий производства;
- учет всех факторов, воздействующих на систему управления персоналом;
- ориентированность на развитие производства, опережение функций управления персоналом функций, направленных на обеспечение функционирования производства.

Вопрос 27. Сколько сотрудников должно быть в эффективной службе персонала компании ?

- сотрудник службы на каждые 50 сотрудников компании;
- сотрудник службы на каждые 100 сотрудников компании;
- численность зависит от поставленных задач;
- не менее 10 сотрудников.

Вопрос 28. Какой из показателей включает в себя первый маркетинговый уровень товара?

- основная выгода;
- свойства;
- кредит;

- реклама;
- имидж.

Вопрос 29. В каком документе определяется продолжительность испытательного срока для принимаемого на работу сотрудника?

- в правилах внутреннего распорядка;
- в положении о персонале;
- в должностной инструкции работника;
- в трудовом договоре;
- в устной договоренности между работником и работодателем.

Вопрос 30. Какие из ниже перечисленных функций относятся к маркетингу персонала?

- информационная;
- исследовательская;
- коммуникативная;
- всё вышеперечисленное.

Вопрос 31. При использовании лизинга персонала недостатком для организации является:?

- компания избегает длительной и затратной процедуры поиска специалистов;
- уменьшаются административные и временные издержки по ведению кадрового делопроизводства, бухгалтерского учета, составлению отчетности;
- оплата комиссионных агентству за предоставляемые услуги;
- «Арендуя» специалиста через агентство, работодатель снимает с себя обязательства по социальным гарантиям перед сотрудником при увольнении.

Вопрос 32. Основными функциями подсистемы развития персонала являются :

- разработка стратегии управления персоналом;
- работа с кадровым резервом;
- планирование и прогнозирование персонала;
- организация трудовых отношений.

Вопрос 33. митинг-это :

- массовое присутствие граждан в определенном месте для публичного выражения общественного мнения по поводу актуальных проблем преимущественно общественно-политического характера;
- организованное публичное выражение общественных настроений группой граждан с использованием во время передвижения плакатов, транспарантов и иных средств наглядной агитации;
- массовое прохождение граждан по заранее определенному маршруту в целях привлечения внимания к каким-либо проблемам.

Вопрос 34. Описание работы и их спецификация (определение требований к кандидатам) очень полезны для специалистов по набору и отбору персонала так как позволяют привлечь наиболее подходящих из всех возможных кандидатов :

- да;

- иногда;
- нет.

Вопрос 35. Стандартизированная форма изложения содержания работы на конкретном рабочем месте в определенное время является:

- должностной инструкцией;
- оценочным листом сотрудника;
- листом интервьюера;
- анкетой работника.

Вопрос 36. При постановке любых целей включение материальных стимулов:

- способствует достижению максимального уровня мотивации;
- усиливает мотивацию достижения цели;
- способствует улучшению контроля за достижением целей.

Вопрос 37. При формировании управленческой команды важно учитывать:

- физические данные;
- уровень профессиональной компетентности;
- психологические особенности;
- место жительства;
- возраст.

Вопрос 38. Факторы, оказывающие наибольшее влияние на людей в организации:

- рынок;
- дисциплина;
- культура организации;
- семейное благополучие.

Вопрос 39. Неудовлетворенность человека своей работой может привести к:

- его увольнению;
- браку в результатах труда;
- улучшению здоровья;
- хорошему настроению;
- нарушению сроков договоренности.

Вопрос 40. Заявление работника об уходе относится к виду увольнения, который имеет название:

- соглашение сторон;
- увольнение по инициативе работодателя;
- увольнение по инициативе работника;
- выход на пенсию;
- обстоятельства, не зависящие от воли сторон.

7.2.2.1 Критерий оценивания зачетного теста

Правильно выполненное задание - 1 балл. При проверке качества подготовки студентов после изучения дисциплины устанавливается критерий не менее 60% правильно выполненных заданий.

8 Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков студентов при реализации различных видов учебной работы предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, таких как компьютерные технологии, разбор конкретных ситуаций.

8 Образовательные технологии

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Активные и интерактивные методы и формы обучения (Указываются методы, применяемые при проведении учебных занятий в интерактивных формах. Например проблемная лекция, лекция-провокация, семинар-диспут и тд.)	Трудоемкость, часы (кол-во часов по разделу (теме) - отводимое на занятия интерактивной форме)
P1.1	Сущность, принципы и концепции маркетинга персонала.	Использование элементов проблемно-поисковой беседы	0,6
P 1.2	Функции маркетинга персонала	Использование элементов проблемно-поисковой беседы	0,6
P 1.3	Цели, виды и уровни маркетинга персонала	Использование элементов проблемно-поисковой беседы, интегрированная передача информации с использованием мультимедиа	0,6
P 1.4	Маркетинг на рынке труда	Использование элементов проблемно-поисковой беседы. Интегрированная передача информации с использованием мультимедиа	0,6
P 1.5	Сегментация рынка труда	Использование элементов проблемно-поисковой беседы, опережающая самостоятельная работа	0,6
P 1.6	Методы определения потребности персонала и учета его численности	Использование элементов проблемно-поисковой беседы, разбор конкретных ситуаций	0,5
P 2.1	Маркетинговые подходы к управлению персоналом в организации	Интегрированная передача информации с использованием мультимедиа	0,5
Итого:			4
Интерактивных занятий от объема аудиторных занятий - 25%			

9 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

9.1 Основная литература:

1. Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 384 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02354-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452888> (22.07.2020).
2. Чернопятов, А.М. Маркетинг персонала : учебник : [12+] / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 277 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564386> (дата обращения: 22.07.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0333-4. – DOI 10.23681/564386. – Текст : электронный.

9.2 Дополнительная литература:

1. Григорьев, М.Н. Маркетинг: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2011. – 448с.
2. Ибрагимов, Л.А. Маркетинг: учеб. Пособие. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 367с.
3. Кеворков, В.В. Практикум по маркетингу: учеб. Пособие / В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КноРус, 2010. – 542 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – 5-е европейское изд. - М.: Вильямс, 2012. – 751 с.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – 4-е европейское изд. - М.: Вильямс, 2010. – 199 с.
6. Маркетинг: большой толковый словарь под ред. А.П. Панкрухина. – 2-е изд., стер. – Омега-Л, 2010. – 261 с.
7. Маркетинг: учеб. Пособие для бакалавров / под ред. С.В. Карповой. – Ростов н/Д.: Феникс, 2011. – 473 с.
8. Маркетинг: учеб. / под. Ред. Н.М. Кондратенко. – М.: Юрайт, 2011. – 540 с.
9. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. / под ред. В.А. Алексунина. – 6-е изд. – М.: Дашков и К, 2009. – 714 с.
10. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учеб. – 6-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2009. – 655 с.
11. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика: учеб. Пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвилли. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 383 с.
12. Савенкова, Т.И. Маркетинг персонала в инновационно-инвестиционной среде [Текст] / Т.И. Савенкова, Т.П. Савенкова. - М.: Экономика, 2006.- 428 с.: ил.

9.3 Программное обеспечение POWER POINT, EXCEL, WORD,

Интернет-ресурсы, электронные библиотечные системы:

- 1 Библиотека электронных книг <http://e-booki.narod.ru/knigi.htm>
- 2 Деловая информация – [http:// www.delinform.ru](http://www.delinform.ru)
- 3 Журнал «Менеджмент сегодня»
- 4 Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
- 5 Общероссийская Сеть «Консультант-Плюс» <http://www.consultant.ru>
- 6 Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru>
- 7 «Российская газета»- www.rg.ru
- 8 Журнал «Управление персоналом»

10 Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Проектор «Сони», установка multimedia, персональные компьютеры, ноутбук, ксерокс.

Для ведения лекционных и практических занятий необходимы:

1) лекционная аудитория, оборудованная видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;

2) компьютерный класс, оборудованный для проведения практических работ средствами оргтехники, персональными компьютерами, объединенными в сеть с выходом в Интернет;

3) установленное лицензионное программное обеспечение офисного назначения