

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.04.2023 09:42:03

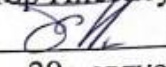
Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института магистратуры


Иванова Е.А.
«29» августа 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины
Маркетинг персонала**

Направление 38.04.03 Управление персоналом
магистерская программа 38.04.03.01 "Стратегическое и операционное управление
персоналом"

Для набора 2022 года


Квалификация
магистр

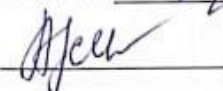
КАФЕДРА Финансовый и HR менеджмент**Распределение часов дисциплины по курсам**


Курс Вид занятий	I		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	58	58	58	58
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 22.02.2022 протокол № 7.

Программу составил(и): д.э.н., проф., Абазиева К.Г. 

Зав. кафедрой: д.э.н., доцент Усенко А.М. 

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Суржиков М.А. 

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	получение студентами основ теоретических знаний и практических навыков по формированию и реализации функции управленца по персоналу в сфере маркетинга
-----	--

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен разработать и реализовать планы, программы и процедуры в области операционного управления персоналом структурного подразделения организации

ПК-3: Способен выполнять научно-исследовательскую деятельность в соответствии с тематическим планом

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
комплекс маркетинга персонала; основные понятия и термины теоретического и прикладного маркетинга персонала; этапы формирования стратегии маркетинга в области управления персоналом; основы оценки результатов деятельности персонала (соотнесено с индикатором ПК-1.1) правила работы с базами данных персонала организации; цели, задачи и виды аттестации и другие виды текущей деловой оценки персонала в соответствии со стратегическими планами организации; отечественные и международные достижения в области маркетинга персонала (соотнесено с индикатором ПК-3.1)
Уметь:
осуществлять анализ рынков труда на основе современных методов и передовых научных достижений; разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала; разрабатывать стратегический план маркетинговой деятельности в области управления персоналом; разрабатывать и применять технологии текущей деловой оценки персонала; анализировать мероприятия по оценке и аттестации персонала (соотнесено с индикатором ПК-1.2) анализировать программы профессионального развития персонала и оценивать их эффективность (соотнесено с индикатором ПК-3.2)
Владеть:
навыками постановки задач маркетинговых исследований в управлении персоналом; навыками анализа спроса и предложения на внешнем и внутреннем рынках труда; навыками подбора и использования маркетинговых, корпоративных коммуникаций при работе с персоналом организации; технологией соблюдения информационной безопасности; (соотнесено с индикатором ПК-1.3) навыками проведения научно-исследовательских работ в области маркетинга персонала и эффективного использования их результатов (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Основные понятия маркетинга персонала				
1.1	Тема “Место МП в кадровой политике организации”. Введение. Маркетинговые концепции. Понятийный аппарат МП. Внутренний и внешний маркетинг. /Лек/	1	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.2	Тема “Место МП в кадровой политике организации”. Введение. Маркетинговые концепции. Понятийный аппарат МП. Внутренний и внешний маркетинг. /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.3	Тема "Маркетинговая концепция управления персоналом". Определение требований к персоналу. Социальные потребности персонала. Эффективность удовлетворения потребностей персонала. /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.4	Тема "Система управления МП организации". Классификация функций МП. Постановка и структура целей МП /Лек/	1	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.5	Тема "Система управления МП организации". Классификация функций МП. Постановка и структура целей МП /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

1.6	Тема "Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности". Этапы развития маркетинга персонала. Составляющими маркетинга персонала. Принципы маркетинга персонала. /Ср/	1	6	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Раздел 2. Организационные принципы маркетинга персонала					
2.1	Тема "Применение стратегического и тактического инструментария МП организации". Основные направления реализации функции МП по формированию трудового потенциала организацию Применение коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.2	Тема "Применение стратегического и тактического инструментария МП организации". Основные направления реализации функции МП по формированию трудового потенциала организацию Применение коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда /Пр/	1	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.3	Тема: "Технология маркетинга персонала". Деятельность по организации маркетинга персонала. 12 этапов организации маркетинга персонала. /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.4	Тема "Экономическая эффективность МП". Методологические подходы к оценке эффективности МП. Определение затрат на персонал. Показатели эффективности МП. /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.5	Тема "Экономическая эффективность МП". Методологические подходы к оценке эффективности МП. Определение затрат на персонал. Показатели эффективности МП. /Пр/	1	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Раздел 3. Маркетинговое планирование в управлении персоналом с учетом рыночных возможностей					
3.1	Тема "Маркетинговые исследования рынка труда". Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю. Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп. Имидж организации как работодателя /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
3.2	Тема "Маркетинговые исследования рынка труда". Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю. Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп. Имидж организации как работодателя /Пр/	1	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
3.3	Тема "Планирование потребностей в персонале". Качественная потребность в персонале. Количественная потребность в персонале. Нормативно -методические документы, обеспечивающие расчет потребности в персонале. Качественная потребность в персонале. Количественная потребность в персонале. Нормативно-методические документы, обеспечивающие расчет потребности в персонале. /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
3.4	Тема: "Подсистема планирования и маркетинга персонала в управлении персоналом" Основные функции подсистемы: разработка кадровой политики и стратегии управления персоналом, анализ кадрового потенциала, анализ рынка труда, организация кадрового планирования, планирование и прогнозирование потребности в персонале. /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

3.5	Тема: "Кадровый аудит как инструмент маркетинга персонала". Персонал и кадровая политика организации (открытая/ закрытая, активная/ пассивная). Диагностика работы с персоналом. Инструментарий проведения кадрового аудита. Последовательность проведения кадрового аудита. Практическая работа менеджера по проведению кадрового аудита: анализ трудовых показателей, анализ рабочих мест, анализ найма, анализ увольнений, анализ условий труда и безопасности, аудит кадрового потенциала организации. Аудит работы служб управления персоналом /Ср/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
3.6	Подготовка и защита докладов с помощью Libre office /Ср/	1	12	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
3.7	/Зачёт/	1	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Пономарева, Т. Н., Дубино, Н. В., Старикова, М. С.	Маркетинг персонала: учебное пособие	Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2017	http://www.iprbookshop.ru/80420.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Чернопятов А. М.	Маркетинг персонала: учебник	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564386 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Зайцев В. А.	Известия высших учебных заведений. Серия "Экономика, финансы и управление производством": журнал	Иваново: Ивановский государственный химико-технологический университет, 2011	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210963 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Калюгина, С. Н., Савченко, И. П., Мухорьянова, О. А.	Маркетинг персонала: практикум	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016	http://www.iprbookshop.ru/66048.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Шапиро С. А., Самраилова Е. К.	Практикум по дисциплине «Маркетинг персонала»: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571001 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Ильина И. Ю., Потехина Е. В.	Рынок труда и маркетинг персонала: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574100 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

"КонсультантПлюс" Справочная правовая система www.consultant.ru

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент <https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>

"ГАРАНТ" Справочная правовая система www.garant.ru

Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) www.esomar.org

5.4. Перечень программного обеспечения

Libre Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1: Способен разработать и реализовать планы, программы и процедуры в области операционного управления персоналом структурного подразделения организации			
З комплекс маркетинга персонала; основные понятия и термины теоретического и прикладного маркетинга персонала; этапы формирования стратегии маркетинга в области управления персоналом; основы оценки результатов деятельности персонала	составленный обзор, аннотация,	Правильность выбранных ответов, соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность текста доклада	З- Вопросы к зачету (1-34) Т – тест (вопрос 1-20) Д – доклад (тема 1-45)
У осуществлять анализ рынков труда на основе современных методов и передовых научных достижений; разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала; разрабатывать стратегический план маркетинговой деятельности в области управления персоналом; разрабатывать и применять технологии текущей деловой оценки персонала; анализировать мероприятия по оценке и аттестации персонала	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов,	умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет;	КЗ - комплект заданий (1-6) Д – доклад (тема 1-45)
В навыками постановки задач маркетинговых исследований в управлении персоналом; навыками анализа спроса и предложения на внешнем и внутреннем рынках труда; навыками подбора и использования маркетинговых, корпоративных коммуникаций при работе с персоналом организации; технологией соблюдения	проведение моделирования	Уровень овладения навыком выполнения и защиты доклада, объективность и аргументированность сделанных выводов	КЗ - комплект заданий (1-6) Д – доклад (тема 1-45)

информационной безопасности.			
ПК-3: Способен выполнять научно-исследовательскую деятельность в соответствии с тематическим планом			
З правила работы с базами данных персонала организации; цели, задачи и виды аттестации, и другие виды текущей деловой оценки персонала в соответствии со стратегическими планами организации; отечественные и международные достижения в области маркетинга персонала	составленный обзор, аннотация,	Правильность выбранных ответов, соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность текста доклада	З- Вопросы к зачету (1-34) Т – тест (вопрос 1-20) Д – доклад (тема 1-45)
У анализировать программы профессионального развития персонала и оценивать их эффективность	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов,	умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет;	КЗ - комплект заданий (1-6) Д – доклад (тема 1-45)
В навыками проведения научно-исследовательских работ в области маркетинга персонала и эффективного использования их результатов	проведение моделирования	Уровень овладения навыком выполнения и защиты доклада, объективность и аргументированность сделанных выводов	КЗ - комплект заданий (1-6) Д – доклад (тема 1-45)

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

Вопросы к зачёту по дисциплине «Маркетинг персонала»

1. Понятие «рабочая сила»
2. Особенности функционирования рынка труда
3. Понятие «маркетинг рабочей силы»
4. Функции маркетинга рабочей силы
5. Понятие «маркетинг персонала»

6. Понятие «анализ работы»
7. Этапы анализа работы
8. Методы сбора информации при анализе работы
9. Факторы, влияющие на выбор критериев отбора персонала
10. Методы определения критериев отбора персонала
11. Преимущества отбора за счет внутренних источников
12. Отбор рабочей силы за счет внешних источников
13. Методы, используемые при отборе кандидатов
14. Показатели, характеризующие эффективность процесса набора персонала
15. Прямые потери при наборе персонала
16. Косвенные потери при наборе персонала
17. Принципы обучения
18. Постановка целей обучения
19. Определение потребности в обучении
20. Определение содержания и форм обучения
21. Методы обучения
22. Оценка эффективности обучения
23. Определение «организационная культура»
24. Иерархический тип организационной культуры
25. Рыночный тип организационной культуры
26. Адхократический тип организационной культуры
27. Клановый тип организационной культуры
28. Факторы, оказывающие влияние на формирование организационной культуры
29. Роль высшего руководства в изменении организационной культуры
30. Базовые и основополагающие ценности организационной культуры
31. Ценности осуществления текущей деятельности
32. Направляющие, объединяющие и конкурентные ценности
33. Сегментирование рынка труда
34. Персонал-имидж

Критерии оценивания:

- оценка «зачтено» выставляется, если ответ правилен более чем на 50%;
- оценка «не зачтено», если ответ не верный.

Тесты

по дисциплине Маркетинг персонала

1.Что такое маркетинг персонала («персонал-маркетинг»)?

Выберите один ответ.

- а) Это вид управленческой деятельности, направленной на определение и покрытие потребности в персонале
- б) Это вид управленческой деятельности, направленной на определение потребности в персонале
- в) Приведение персонала в состояние, обеспечивающее выполнение стоящих перед ним задач

2.Каковы основные направления персонал-маркетинга?

Выберите один ответ.

- а) Определение потребности в персонале
- б) Все ответы являются правильными
- в) Разработка требований к персоналу
- г) Расчет плановых затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала

3.В качестве внешних источников покрытия потребности в персонале можно выделить следующие?

Выберите один ответ.

- а) Различные профессиональные ассоциации и объединения
- б) Формирование новой функциональной роли сотрудника в рамках прежнего рабочего места при соответствующем дополнительном обучении
- в) Перемещение сотрудников на более высокий иерархический уровень организации

4.Какими методами можно определить трудоемкость работ по управлению персоналом при

расчете численности работников кадровой службы через затраты труда, времени на выполнение управленческих работ (т.е. через трудоемкость)?

Выберите один ответ.

- а) Нормативным
- б) Расчетно-аналитическим
- в) С помощью фотографии рабочего времени или хронометража
- г) Все ответы являются правильными

5.В чем недостатки внешних источников поиск и найма работников на вакантные рабочие места?

Выберите один ответ.

- а) Ухудшение морального климата среди давно работающих
- б) Угроза накопления сложных личных взаимоотношений работников

6.Что такое профессиональная ориентация работников в организации?

Выберите один ответ.

- а) Оказание помощи молодым людям и людям, ищущим работу, в выборе профессии, специальности, места работы или учебы
- б) Создание условий для развития профессионально значимых способностей будущих работников
- в) Информирование заинтересованных лиц для облегчения выбора вида профессиональной деятельности
- г) Все ответы являются правильными

7.Какова цель адаптации работника в организации?

Выберите один ответ.

- а) Освоение поведения, совокупности требований, норм, правил поведения, определяющих социальную роль человека в коллективе
- б) Все ответы являются правильными
- в) Усвоение работником определенных целей, нормы поведения
- г) Включение работника в систему внутриорганизационных отношений, занятие в ней одновременно несколько позиций

8.Что предусматривает профессиональный аспект адаптации работника в организации?

Выберите один ответ.

- а) Постепенная доработка трудовых способностей (профессиональных навыков, дополнительных знаний, навыков сотрудничества, т.п.)
- б) Сотрудник получает информацию о системе деловых и личностных взаимоотношений в коллективе
- в) Растет подготовленность сотрудника к восприятию и реализации нововведений (технического или организационно-экономического характера)

9.Что понимается под использованием персонала?

Выберите один ответ.

- а) Деятельность, направленная на развитие способностей работников с целью их постоянного роста и прогресса
- б) Комплекс мероприятий, направленных на обеспечение условий для наиболее эффективной реализации творческого и физического трудового потенциала работников
- в) Стратегическое планирование и управление работниками

10.Какие этапы включает процесс подбора персонала?

Выберите один ответ.

- а) Оформление анкетных и автобиографических данных, анализ рекомендаций и послужного списка, проведение собеседования, профессиональное освидетельствование, анализ решения и подготовка материалов для найма
- б) План потребности в персонале, мониторинг рабочей силы, заявки линейных руководителей в кадровую службу, уточнение требований к кандидатам, поиск, отбор кадров
- в) Поиск персонала внутри и вне компании, план потребности в персонале, заявка линейного менеджера в отдел кадров, отбор и оценка эффективности

11. В чем состоит наиболее важная часть предварительной подготовки при отборе претендента?

Выберите один ответ.

- а) Проведение собеседования с претендентом
- б) Анализ содержания работы и описание её характера
- в) Предоставление рекомендательных писем

12. Что такое развитие персонала?

Выберите один ответ.

- а) Комплекс мер по профессиональному обучению, переподготовке и повышению квалификации
- б) Интенсивные технологические преобразования в организации

13. Что такое повышение квалификации?

Выберите один ответ.

- а) Реализация потребности в независимости и самовыражении
- б) Систематический процесс изменения поведения работника
- в) Целенаправленное приобретение новых знаний

14. Что такое деловая оценка персонала?

Выберите один ответ.

- а) Это целенаправленный процесс установления соответствия качественных характеристик персонала требованиям должности или рабочего места
- б) Это разработка системы показателей, характеризующих будущее состояние объекта управления
- в) Процедура разработки должностной инструкции и модели рабочего места

15. Чему служат такие средства деловой оценки персонала, как “оценочные листы”?

Выберите один ответ.

- а) Основанием для зачисления в кадровый резерв
- б) Являются оценкой всеми сторонами-оценщиками (коллеги, непосредственное руководство, подчиненные, сотрудники смежных подразделений, имеющие рабочие контакты с оцениваемым сотрудником)
- в) Основанием для подведения итогового рейтинга конкретного сотрудника
- г) Все ответы являются правильными

16. Что такое внутриорганизационная карьера?

Выберите один ответ.

- а) Последовательная смена стадий развития работника в рамках одной организации
- б) Вертикальное перемещение сотрудника в организации
- в) Центростремительное движение работника к ядру, руководству организации
- г) Все ответы являются правильными

17. В чем суть такой формы планирования карьеры как система пожизненного найма?

Выберите один ответ.

- а) Создается уверенность в завтрашнем дне, работник почти гарантирован от увольнения

- б) Человек, получив образование, поступает на работу в компанию и работает там до выхода на пенсию
- в) Ответы 1 и 2 являются правильными
- г) Работник трудится в одной должности до выхода на пенсию

18. Что понимается под ротацией кадров?

Выберите один ответ.

- а) Повышение в должности
- б) Понижение в должности
- в) Регулярная сменяемость для формирования работника с квалификацией широкого профиля
- г) Продвижение по служебной лестнице

19. Что понимается под служебно-профессиональным продвижением в организации?

Выберите один ответ.

- а) Фактическая последовательность занимаемых ступеней
- б) Последовательность различных ступеней, которые сотрудник потенциально может пройти или проходит

20. Какова основная стратегическая цель планирование кадрового резерва?

Выберите один ответ.

- а) Все ответы являются правильными
- б) Проработка всей цепочки продвижений, перемещений, увольнений конкретных сотрудников
- в) Спрогнозировать персональные продвижения, их последовательность и сопутствующие им мероприятия

2. Инструкция по выполнению

Из предложенных вариантов выбрать один или несколько правильных.

3. Критерии оценки:

Максимальное количество баллов – 20, за каждый правильный ответ на вопрос начисляется по 1 баллу.

Темы докладов
по дисциплине «Маркетинг персонала»

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.
26. Этические вопросы маркетинга персонала.
27. Профессиональная и социально-психологическая адаптация кадров в организации.
28. Бесконтактное общение с претендентом.
29. Теоретические и практические подходы
30. Рекрутинг персонала
31. Оценка эффективности маркетинга персонала на предприятии
32. Основные направления и методы маркетинговых исследований рынка труда
33. Организация рекламы субъектов рынка рабочей силы
34. Использование компьютерных технологий в процессе отбора кандидатов
35. Персонал-имидж организации
36. Хедхантинг – метод поиска персонала на вакантные должности
37. Формирование системы стимулирования персонала
38. Планирование персонала
39. Роль маркетинга в мотивации и оплате труда
40. Ценовая политика на рынке труда
41. Разработка комплекса маркетинга на рынке рабочей силы
42. Формирование кадровой политики и ее взаимодействие с маркетингом персонала
43. Развитие персонала интернациональных организаций
44. Виды маркетинга персонала
45. Аутсорсинг персонала

Критерии оценки:

Максимальное количество баллов – 50 (за 5 докладов)

Один доклад оценивается следующим образом:

- оценка «10 баллов» выставляется студенту, если вопрос раскрыт в полной мере, обучающийся ответил на вопросы по тексту доклада, привел примеры и сделал вывод.
- оценка «8 балла», если вопрос раскрыт в полной мере, обучающийся ответил на вопросы по тексту доклада, привел примеры, но вывод сделать не смог.
- оценка «6 балла», если вопрос раскрыт в полной мере, обучающийся частично ответил на вопросы по тексту доклада, примеры привести не смог и вывод не сделал.
- оценка «4 балла», если вопрос раскрыт, но обучающийся даже не смог ответить на вопросы по тексту доклада.
- оценка «0 баллов», если вопрос в полной мере не раскрыт.

Комплект заданий

по дисциплине Маркетинг персонала

Задание 1. Жизненный цикл организации и управление человеческими ресурсами

Заполните таблицу.

Жизненный цикл организации	Отбор персонала	Система компенсаций	Обучение и развитие	Трудовые отношения

Стадия становления		Для привлечения необходимых талантов зарплата и льготы устанавливаются на уровне или выше уровня аналогичных показателей на рынке труда	Определение требований к развитию работников, планирование карьеры	Выработка философии управления людьми, становление базовых ценностей, оформление трудовых отношений в коллективных и индивидуальных трудовых договорах
Стадия роста		Сохраняется необходимость обеспечения соответствия в оплате на внешнем рынке труда и, дополнительно возникает проблема равенства в оплате внутри организации	Определение потребностей в обучении для развития новых технологий, в связи с перемещениями работников внутри организации, открытием новых производств	Определение политики регулирования внутреннего рынка труда, формирование кадрового ядра организации и временной рабочей силы
Стадия зрелости		Контроль над издержками на заработную плату, корректировка программ компенсаций	Обновление знаний, совершенствование форм и методов обучения персонала	Поддержание программ мотивации труде, поиск новых возможностей и резервов
Стадия сокращения производства		Введение жесткого контроля над издержками	Организация переподготовки персонала, повышения квалификации	Решение проблемы занятости, соблюдение трудового законодательства, проведение переговоров, разрешение конфликтов, управление стрессами

Задание 2. Формы взаимодействия предприятия с системными партнерами.

Заполните таблицу расставив формы взаимодействия в соответствии с их содержанием.

Форма взаимодействия	Содержание	Примеры взаимодействия
	Систематические целевые коммуникации с общественностью через средства массовой информации, способствующие формированию доверия к предприятию, желания	Например, публикации о прозрачности отбора и найма, привлекательности рабочих мест с точки зрения оплаты, профессионального продвижения, экологически чистого

	вступать с ним в отношения сотрудничества, предотвращать по отношению к нему критический настрой	производства, гибкого графика работы, программ введения в должность новых сотрудников и женщин после отпуска по уходу за ребенком и др.
	Членство значимых работников предприятия в других влиятельных органах и институтах для формирования «полосы обеспечения», достигаемой при обсуждении вопросов и реализации попыток нахождения законных решений, предотвращения или урегулирования конфликтов	Например, членство в профсоюзных организациях, комитетах по охране окружающей среды
	Объединение по меньшей мере двух субъектов для достижения поставленной цели	Собственник и большинство руководителей, ответственных за решения в области персонала, могут быть властной доминантой в отстаивании при рекрутинге кандидатов из собственных рядов
	Сотрудничество, предполагающее определение заключительной стратегии, посредством которой через процесс переговоров стороны пытаются прийти к компромиссу интересов, а затем отстоять и узаконить решение на официальном уровне	Например, часто в достижении соглашений участвуют соответствующие профсоюзы, представители работодателя для достижения результата в конфликтных ситуациях по поводу оплаты труда и штрафов – проблем, на которые обратили недостаточно внимания или они остались не решенными, для последующего отстаивания решения на официальном уровне
	Склонение государственных	Например, законы о работе в ночное время,

	<p>органов (в том числе оказание на них давления) парламентариев, членов правительства, соответствующих министерств – к принятию законом, политических решений или распределению ресурсов, отвечающих интересам определенных групп</p>	<p>регулировании пенсионного возраста, занятости инвалидов и соответствующих льгот могут быть актуальными для предприятия при разработке стратегии маркетинга персонала</p>
--	--	---

Задание 3. Преимущества и недостатки привлечения кадров за счёт внешних источников

Заполните таблицу. Примерная схема заполнения представлена в таблице.

Преимущества	Недостатки
Более широкая возможность выбора из большого числа кандидатов	Более высокие затраты на привлечение кадров

Задание 4. Преимущества и недостатки привлечения кадров за счёт внутренних источников

Заполните таблицу. Примерная схема заполнения представлена в таблице.

Преимущества	Недостатки
Появление шансов для служебного роста (повышение степени привязанности к организации, улучшение социально-психологического климата в коллективе)	Ограниченные возможности для выбора кадров

Задание 5. Классификация видов ротации персонала.

Заполните таблицу расставив признаки классификации в соответствии с видами.

Признак	Виды
	<p>Подготовка руководящих кадров Смена обстановки и служебной среды Профилактика конфликтов Сплочение коллектива Подготовка специалистов-универсалов Поиск наиболее подходящей должности</p>

	Сокращение численности персонала Снижение текучести кадров
	Руководители Специалисты
	Внутриорганизационная Межорганизационная
	Годовая Помесячная Понедельная Ежедневная
	Кольцевая (когда работник, пройдя ряд должностей, вновь возвращается на свою должность) Безвозвратная (перемещение происходит без возврата на свою «стартовую» должность) Рокировка (два работника одного уровня меняются местами)
	По другой специальности По смежной специальности С изменением характера работы Без изменения характера работы
	Плановая (предполагает заранее установленные сроки перемещения) Внеплановая (связана с непредвиденными обстоятельствами)

Задание 6. Методы оценки способностей претендентов

Заполните таблицу. Примерная схема заполнения представлена в таблице.

Категория способностей	Важнейшие методы оценки
Одаренность: - интеллект; - острота зрения; - реакция и др.	Тесты (на интеллектуальный уровень, специальные тесты на двигательные (моторные) и сенсорные способности и т.д.)
Социальные способности: - способность к контактам; - способность к управлению конфликтами и др.	
Мотивация: - готовность идти на риск; - "готовность прорываться" и др.	
Свойства личности: эмоциональная стабильность и др.	
Профессиональные способности и знания	
Профессиональный опыт	

Критерии оценки:

По каждому заданию выставляется 1-5 баллов

Максимальное количество баллов – 30.

- 1 балл начисляется, если студент правильно выполнил задание на 20%.
- 2 балла начисляется, если студент правильно выполнил задание на 40%.
- 3 балла начисляется, если студент правильно выполнил задание на 60%.
- 4 балла начисляется, если студент правильно выполнил задание на 80%.
- 5 баллов начисляется, если студент правильно выполнил задание на 100%.

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

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по окончании теоретического обучения в соответствии с расписанием. Количество вопросов – 2 и задание из оценочного средства «Комплект заданий». Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в зачетную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются место мп в кадровой политике организации; маркетинговая концепция управления персоналом; система управления мп организации; применение стратегического и тактического инструментария мп организации; экономическая эффективность мп; маркетинговые исследования рынка труда, планирование потребностей в персонале.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки постановки задач маркетинговых исследований в управлении персоналом; навыки анализа спроса и предложения на внешнем и внутреннем рынках труда; навыки подбора и использования маркетинговых, корпоративных коммуникаций при работе с персоналом организации.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.