

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Иркутский государственный университет путей сообщения»

Забайкальский институт железнодорожного транспорта -
филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Иркутский государственный университет путей сообщения»
(ЗабИЖТ ИрГУПС)

УТВЕРЖДЕНА
приказом ректора
от «31» мая 2019 г. № 378-1

Б1.В.07 Маркетинг персонала

рабочая программа дисциплины

Направление подготовки – 38.03.03 Управление персоналом
Профиль подготовки – Управление персоналом организации
Программа подготовки – прикладной бакалавриат
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения – заочная
Нормативный срок обучения – 5 года
Кафедра-разработчик программы – Управление процессами перевозок

Общая трудоемкость в з.е. – 2
Часов по учебному плану – 72

Форма промежуточной аттестации на курсе:
зачет 4

Распределение часов дисциплины в семестре

Курс	4	Итого
Вид занятий	Часов по учебному плану	Часов по учебному плану
Аудиторная контактная работа по видам учебных занятий	8	8
– лекции	4	4
– практические (семинарские)	4	4
Самостоятельная работа	60	60
Зачет	4	4
Итого	72	72

ЧИТА

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1 Цель освоения дисциплины	
1	получение студентами знаний по функционированию внешней и внутренней маркетинговой (в области персонала) среды организации, а также использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала.
1.2 Задачи освоения дисциплины	
1	уяснить алгоритм проведения маркетинговых исследований в области персонала и уметь анализировать результаты;
2	знать основы разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации;
3	знать основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала;
4	сформировать особенности системы управления маркетингом персонала в организации;
5	изучить требования к персоналу и запросы к работодателю;
6	определить роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации;
7	уяснить значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда;
8	изучить информационную, коммуникативную и ценовую функцию маркетинга персонала.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося	
1	Дисциплина Б1.В.07 «Маркетинг персонала» относится к вариативной части блока 1. Изучение дисциплины «Маркетинга персонала» основывается на знаниях обучающихся, полученных при изучении дисциплин: Б1.Б.09 «Концепции современного естествознания», Б1.Б.10 «Основы теории управления», Б1.Б.11 «Маркетинг», Б1.Б.13 «Основы кадровой политики и кадрового планирования», Б1.Б.15 «Основы управления персоналом», Б2.В.01(У) «Учебная - по получению первичных профессиональных умений и навыков (ознакомительная)», Б1.В.ДВ.06.01 «Исследование систем управления», Б1.В.ДВ.06.02 «Системный анализ в менеджменте».
2.2 Дисциплины и практики, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	
1	Б2.В.04(Пд) «Производственная – преддипломная»
2	Б3.Б.01 «Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты»

3 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
ОПК-5: способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	основные понятия, связанные с исследовательской деятельностью в организации;
Уметь	проводить исследования, связанные с товарами, услугами, работами, а также персоналом;
Владеть	навыками сбора необходимой информации при проведении исследований рынка и персонала.
Базовый уровень освоения компетенции	
Знать	особенности организации исследований, согласно поставленным целям и задачам;
Уметь	проводить исследования рынка и персонала и обрабатывать полученные результаты;
Владеть	навыками оценки полученных данных в ходе проведенного исследования, а также разрабатывать рекомендации по результатам исследования.
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	факторы, влияющие на проведение исследований и особенности организации исследований, а также рациональные приемы обработки полученных результатов исследований в контексте целей и задач организации;
Уметь	определять составляющие эффективной деятельности организации с помощью исследований, согласно целям и задачам организации;
Владеть	способностью анализировать результаты, полученные в ходе проведения исследований в контексте целей и задач своей организации, а также иметь навыки в разработке рекомендаций и применении их на практике.
ПК-1: знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	основные понятия, принципы и концепции маркетинга персонала;
Уметь	применять основные концепции маркетинга персонала;
Владеть	методами исследования в области маркетинга персонала.

Базовый уровень освоения компетенции	
Знать	основы проведения маркетинговых исследований персонала;
Уметь	применять методы проведения маркетинговых исследований персонала;
Владеть	методами анализа информации и ее систематизации.
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	основы разработки и реализации маркетинговых стратегий в управлении персоналом;
Уметь	разрабатывать мероприятия направленные на эффективность использования трудового потенциала на основе маркетинговых исследований;
Владеть	навыками выявления проблем на основе маркетинговых исследований персонала.
ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	основные понятия, применяемые для характеристики маркетинга персонала;
Уметь	выбирать необходимые показатели для оценки маркетинга персонала на предприятии;
Владеть	навыками анализа маркетинга персонала.
Базовый уровень освоения компетенции	
Знать	основы и особенности функционирования маркетинга персонала;
Уметь	проводить анализ, разрабатывать и реализовывать стратегию привлечения персонала;
Владеть	навыками оценки ситуации на рынке труда.
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	технологии функционирования маркетинга персонала;
Уметь	формировать и оценивать стратегию маркетинга персонала;
Владеть	навыками разработки и реализации маркетинговых стратегий и стратегии привлечения персонала, а также владеть умением применять их на практике.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать	
1	принципы определения и содержания задач маркетинга персонала;
2	особенности организации маркетинговых исследований на рынке труда;
3	принципы и концепции маркетинга персонала;
4	сущность оценки потребности в персонале;
5	особенности найма персонала.
Уметь	
1	ориентироваться в предстоящей профессиональной деятельности;
2	разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала;
3	ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
4	определять потребность в персонале для конкретного предприятия.
Владеть	
1	навыками анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала.

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс	Часы	Код компетенции	Учебная литература, ресурсы сети «Интернет»
1	Раздел 1. Роль маркетинга персонала в управлении человеческими ресурсами				
1.1	Тема 1. Основы маркетинга персонала 1.1. Маркетинг рабочей силы: сущность, базовые принципы маркетинга. 1.2. Концепции маркетинга рабочей силы. 1.3. Основные принципы определения и содержания задач маркетинга персонала. /Лек/	4	2	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2
1.2	Тема 1. Основы маркетинга персонала. Подготовка к дискуссии, выполнение индивидуального творческого задания. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1, Э.1,Э.2
1.3	Тема 1. Основы маркетинга персонала.	4	4	ОПК-5,	Л1.2,

	Выполнение конспекта. /Ср/			ПК-1, ПК-2	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1, Э.1, Э.2
1.4	Тема 2. Виды и уровни маркетинга персонала. Выполнение индивидуального творческого задания. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1
1.5	Тема 2. Виды и уровни маркетинга персонала. Выполнение конспекта. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1
1.6	Тема 3. Функции маркетинга персонала. Сегментация рынка труда. Выполнение задания. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1
1.7	Тема 3. Функции маркетинга персонала. Сегментация рынка труда. Выполнение конспекта. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1
1.8	Тема 4. Процесс и основные направления маркетинга персонала. Выполнение задания. /Пр/	4	2	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л3.1
1.9	Тема 4. Процесс и основные направления маркетинга персонала. Выполнение задания. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1
1.10	Тема 4. Процесс и основные направления маркетинга персонала. Выполнение конспекта. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1
2	Раздел 2. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом				
2.1	Тема 5. Технология управления персоналом организации 5.1. Технология формирования компетенций 5.1.1. Компетентностный подход с позиций ресурсной теории и организация его использования 5.1.2. Классификация компетенций 5.1.3. Показатели компетенции 5.1.4. Шкалирование компетенций 5.2. Технология маркетинга персонала 5.2.1. Факторы формирования персонал-маркетинговых технологий в организации 5.2.2. Основные этапы реализации технологии маркетинга персонала 5.3. Оценка эффективности маркетинга персонала /Лек/	4	2	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.4
2.2	Тема 5. Технология управления персоналом организации. Выполнение задания. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1
2.3	Тема 5. Технология управления персоналом организации. Выполнение конспекта. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л4.1
2.4	Тема 6. Технология отбора кандидатов. Выполнение задания, деловая игра. /Пр/	4	2	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.3, Л3.1
2.5	Тема 6. Технология отбора кандидатов. Выполнение задания.	4	4	ОПК-5, ПК-1,	Л1.2, Л2.1, Л2.3,

	/Ср/			ПК-2	Л4.1
2.6	Тема 6. Технология отбора кандидатов. Выполнение конспекта. /Ср/	4	6	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.3, Л4.1
2.7	Тема 7. Особенности найма персонала. Выполнение задания. /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.3, Л4.1
2.8	Тема 7. Особенности найма персонала. Выполнение контрольной работы. /Ср/	4	6	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л2.1, Л2.3, Л4.1
	Выполнение контрольной работы /Ср/	4	16	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л1.3 Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л4.2
	Форма промежуточной аттестации - зачет	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Л1.2, Л1.3 Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Э.1, Э.2

5 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разрабатывается в соответствии с Положением о формировании фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации № П.312000.06.7.188-2017

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине оформляется в виде приложения № 1 к рабочей программе дисциплины и может быть размещен в электронной информационно-образовательной среде Института, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

6.1.1 Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
Л1.1	Иган Джон	<u>Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений</u> [Электронный ресурс]: http://biblioclub.ru/index.php?page=book	ЮНИТИ-ДАНА- г. Москва, 2015 г.	100% online
Л1.2	Патласов О.Ю.	<u>Маркетинг персонала</u>	Издательско- торговая корпорация "Дашков и К"- г. Москва, 2015 г.	25
		<u>Маркетинг персонала</u> [Электронный ресурс]: http://e.lanbook.com/book/61042		100% online
Л1.3	Арсеньев Ю.Н., Шелобаев С.И., Давыдова Т.Ю.	<u>Управление персоналом: Технологии</u> [Электронный ресурс]: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114558 (13.04.2020)	ЮНИТИ-ДАНА- г. Москва, 2015 г.	100% online

6.1.2 Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
--	------------------------	----------	------------------------------	---------------------------------------------

Л2.1	Новаторов В.Е.	<u>Персональный маркетинг</u> [Электронный ресурс]: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430606 (27.12.2016)	Берлин: Директ-Медиа- г. Москва, 2016 г.	100% online
Л2.2	Дейнека А.В.	<u>Управление персоналом организации</u> [Электронный ресурс]: http://e.lanbook.com/book/50253	Дашков и К.- г. Москва, 2014 г.	100% online
Л2.3	Михайлова Н.С.	<u>Управление персоналом организации. Практикум</u>	ЗабИЖТ- г. Чита, 2015 г.	42
		<u>Управление персоналом организации. Практикум</u> [Электронный ресурс]: http://lib.zab.megalink.ru/viewer.pl?book_id=20274.pdf		100% online
Л2.4	Дуракова И.Б., Кибанов А.Я.	<u>Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация</u> [Электронный ресурс]: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402612	ИНФРА-М- г. Москва, 2013 г.	100% online
6.1.3 Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания/ Личный кабинет обучающегося	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
Л3.1	Ракевич Н.Г.	<u>Маркетинг персонала: Методические указания на практические занятия</u> [Электронный ресурс]: http://lib.zab.megalink.ru/viewer.pl?book_id=23917.pdf	ЗабИЖТ- г. Чита, 2017 г./ Личный кабинет обучающегося	100% online
6.1.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания/ Личный кабинет обучающегося	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
Л4.1	Ракевич Н.Г.	<u>Маркетинг персонала: Методические указания по выполнению самостоятельных работ</u> [Электронный ресурс]: http://lib.zab.megalink.ru/viewer.pl?book_id=22510.pdf	ЗабИЖТ- г. Чита, 2017 г./ Личный кабинет обучающегося	100% online
Л4.2	Ракевич Н.Г.	<u>Маркетинг персонала: Методические указания по выполнению контрольной работы</u> [Электронный ресурс]: http://lib.zab.megalink.ru/viewer.pl?book_id=22254.pdf	ЗабИЖТ- г. Чита, 2017 г. / Личный кабинет обучающегося	100% online
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				
Э.1	Инновационный дайджест https://www.rzd-expo.ru/			
Э.2	ЭБС "Издательство "Лань" https://e.lanbook.com/			
6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)				
6.3.1 Перечень базового программного обеспечения				
6.3.1.1	Microsoft Windows 7 Professional, количество – 137, лицензия №49156201, государственный контракт от 03.10.2011 г. №139/53-ОАЭ-11;			
6.3.1.2	Microsoft Office 2007 Standard, количество – 225, лицензия №45777622, государственный контракт от 10.08.2009 г. №64/17-ОА-09; Microsoft Office 2007 Standard, количество – 200, лицензия №44718393,			

	государственный контракт от 18.10.2008 г. №29/32А-08.
6.3.2 Перечень специализированного программного обеспечения	
6.3.2.1	Не предусмотрено
6.3.3 Перечень информационных справочных систем	
6.3.3.1	Информационно-справочная система «Гарант» – договор от 23.12.2019 г. № 37/10В/СЗ-19 на оказание услуг по сопровождению (информационному обслуживанию комплекта Системы Гарант)
6.3.3.2	
6.4. Правовые и нормативные документы	
6.4.1	Не предусмотрены
6.4.2	

7 ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1	Учебная аудитория 1.19 для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, находящаяся по адресу: 672040 Забайкальский край, г. Чита, ул. Магистральная, д. 11, корп. 1. Оснащенность: мультимедиапроектор (переносной), экран (переносной), учебно-наглядные пособия, ноутбук (переносной), учебная мебель.
2	Помещение 3.24 для самостоятельной работы, находящееся по адресу: 672040 Забайкальский край, г. Чита, ул. Магистральная, д. 11, корп. 1. Оснащенность: компьютеры с подключением к сети интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ЗаБИЖТ ИрГУПС, учебная мебель.
3	Помещение 4.27 для самостоятельной работы, находящееся по адресу: 672040 Забайкальский край, г. Чита, ул. Магистральная, д. 11, корп. 1. Оснащенность: компьютеры с подключением к сети интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ЗаБИЖТ ИрГУПС, учебная мебель.
4	Читальный зал, находящийся по адресу: 672040 Забайкальский край, г. Чита, Магистральная ул., 11, корп. 1. Оснащенность: учебная мебель, компьютеры с выходом в сеть интернет.
5	Помещение 3.25 для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, находящееся по адресу: 672040 Забайкальский край, г. Чита, ул. Магистральная, д. 11, корп. 1. Оснащенность: компьютеры, ручной слесарный инструмент, электротехнический инструмент, принадлежности для пайки, мебель, учебно-наглядные пособия.

8 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебного занятия	Организация деятельности обучающегося
Лекция	<p>В ходе лекционных занятий обучающемуся необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.</p> <p>Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.</p>
Практическое занятие	<p>Для того чтобы практические занятия приносили максимальную пользу, необходимо помнить, что занятия проводятся по вычитанному на лекциях материалу и связаны, как правило, с детальным разбором отдельных вопросов лекционного курса. Только после усвоения лекционного материала с определенной точки зрения он будет закрепляться на практических занятиях как в результате обсуждения и анализа лекционного материала, так и с помощью решения проблемных ситуаций. При этих условиях студент не только хорошо усвоит материал, но и научится применять его на практике, а также получит дополнительный стимул для активной проработки лекции.</p> <p>К каждому занятию студенты готовятся заранее, необходимо написать краткий конспект на все вопросы, выносимые для обсуждения на практические занятия. По каждой теме должны быть докладчики с сообщением и презентацией. Докладчику следует подготовить практические примеры и/или ситуационные задачи для слушателей по теме своего сообщения. Создание и решение ситуационных задач оценивается дополнительными баллами.</p> <p>Важный критерий усвоения теоретического материала – умение решать проблемные ситуации и пройти тестирование по пройденному материалу.</p>

	<p>Если в процессе работы над изучением материала у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. Студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения.</p> <p>Контроль текущей успеваемости студентов осуществляется преподавателем, ведущим практические занятия, по следующим показателям:</p> <ul style="list-style-type: none"> – посещаемость практических занятий; – эффективность работы студента в аудитории; – полнота выполнения домашних заданий; – результаты тестирования по всем разделам дисциплины.
<p>Самостоятельная работа студентов</p>	<p>Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала может выполняться в библиотеке, аудиториях для самостоятельной работы, а также в домашних условиях. Учебный материал учебной дисциплины, предусмотренный рабочим учебным планом для усвоения студентом в процессе самостоятельной работы, выносится на итоговый контроль наряду с учебным материалом, который разрабатывался при проведении учебных занятий.</p> <p>Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.</p> <p>Самостоятельная работа студентов осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах.</p> <p>Самостоятельная работа студентов в аудиторное время может включать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнение контрольных работ; - решение задач; - работу со справочной и методической литературой; - работу с нормативными правовыми актами; - выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях; - защиту выполненных работ; - участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины; - участие в беседах, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях; - участие в тестировании и др. <p>Самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время может состоять из:</p> <ul style="list-style-type: none"> - повторение лекционного материала; - подготовки к семинарам (практическим занятиям); - изучения учебной и научной литературы; - изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных); - решения задач, выданных на практических занятиях; - подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.; - подготовки к семинарам устных докладов (сообщений); - подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя; - выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом; - выполнения выпускных квалификационных работ и др. - выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях. - проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы
<p>Комплекс учебно-методический материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой практики, размещен в электронной информационно-образовательной среде ЗаБИЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.</p>	

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации по дисциплине

Б1.В.07 «Маркетинга персонала»

- 1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы
- 2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
- 3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
- 4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

в процессе освоения образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг персонала» участвует в формировании компетенций:

ОПК-5: способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации.

ПК-1: знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике.

ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике.

**Таблица траекторий формирования у обучающихся компетенций
ОПК-5, ПК-1, ПК-2 при освоении образовательной программы**

Код компетенции	Наименование Компетенции	Индекс и наименование дисциплин, практик, участвующих в формировании компетенции	Курс изучения дисциплины	Этапы формирования компетенции
ОПК-5	способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации.	Б1.Б.09 Концепции современного естествознания	1	1
		Б1.Б.10 Основы теории управления	2	2
		Б2.В.01(У) Учебная - по получению первичных профессиональных умений и навыков (ознакомительная)	2	2
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	3	3
		Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления	3	3
		Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте	3	3
		Б1.В.02 Методы принятия управленческих решений	4	4
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	4	4
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	5	5
ПК-1	знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и	Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	3	1
		Б1.Б.15 Основы управления персоналом	3	1
		Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления	3	1
		Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте	3	1
		Б1.В.06 Стратегический	4	2

	использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике	менеджмент		
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	4	2
		Б1.В.21 Инновационный менеджмент в управлении персоналом	4	2
		Б2.В.04(Пд) Производственная – преддипломная	5	3
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	5	3
ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Б1.Б.11 Маркетинг	3	1
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	3	1
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	4	2
		Б1.В.09 Рынок труда	4	2
		Б2.В.04(Пд) Производственная – преддипломная	5	3
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	5	3

**Таблица соответствия уровней освоения компетенций ОПК-5, ПК-1, ПК-2
планируемым результатам обучения**

Код компетенции	Наименование Компетенции	Наименования разделов Дисциплины	Уровни освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)
ОПК-5	способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации.	Раздел 1. Роль маркетинга персонала в управлении человеческими ресурсами Раздел 2. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	Минимальный Уровень	Знать основные понятия, связанные с исследовательской деятельностью в организации
				Уметь проводить исследования, связанные с товарами, услугами, работами, а также персоналом
			Базовый Уровень	Владеть навыками сбора необходимой информации при проведении исследований рынка и персонала Знать особенности организации

				исследований, согласно поставленным целям и задачам
				Уметь проводить исследования рынка и персонала и обрабатывать полученные результаты
				Владеть навыками оценки полученных данных в ходе проведенного исследования, а также разрабатывать рекомендации по результатам исследования
			Высокий Уровень	Знать факторы, влияющие на проведение исследований и особенности организации исследований, а также рациональные приемы обработки полученных результатов исследований в контексте целей и задач организации
				Уметь определять составляющие эффективной деятельности организации с помощью исследований, согласно целям и задачам организации
				Владеть способностью анализировать результаты, полученные в ходе проведения исследований в контексте целей и задач своей организации, а также иметь навыки в разработке рекомендаций и применении их на практике
ПК-1	знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления	Раздел 1. Роль маркетинга персонала в управлении человеческими ресурсами Раздел 2. Применение технологий	Минимальный Уровень	Знать основные понятия, принципы и концепции маркетинга персонала
				Уметь применять основные концепции маркетинга персонала
				Владеть методами исследования в области маркетинга персонала
			Базовый	Знать основы проведения

	персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике	внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	Уровень	маркетинговых исследований персонала
				Уметь применять методы проведения маркетинговых исследований персонала
				Владеть методами анализа информации и ее систематизации
			Высокий Уровень	Знать основы разработки и реализации маркетинговых стратегий в управлении персоналом
Уметь разрабатывать мероприятия направленные на эффективность использования трудового потенциала на основе маркетинговых исследований				
Владеть навыками выявления проблем на основе маркетинговых исследований персонала				
ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	<p>Раздел 1. Роль маркетинга персонала в управлении человеческими ресурсами</p> <p>Раздел 2. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом</p>	Минимальный Уровень	Знать основные понятия, применяемые для характеристики маркетинга персонала
				Уметь выбирать необходимые показатели для оценки маркетинга персонала на предприятии
				Владеть навыками анализа маркетинга персонала
			Базовый Уровень	Знать основы и особенности функционирования маркетинга персонала
				Уметь проводить анализ, разрабатывать и реализовывать стратегию привлечения персонала
				Владеть навыками оценки ситуации на рынке труда
			Высокий Уровень	Знать технологии функционирования маркетинга персонала
				Уметь формировать и оценивать стратегию

				маркетинга персонала
				Владеть навыками разработки и реализации маркетинговых стратегий и стратегии привлечения персонала, а также владеть умением применять их на практике

**Программа контрольно-оценочных мероприятий
за период изучения дисциплины**

№	Курс	Название контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (понятия, тема/раздел дисциплины, компетенция и т.д.)	Наименование оценочного средства (форма проведения)	
4 курс					
1	2	3	4	5	6
2	2	Текущий контроль	Тема 4. Процесс и основные направления маркетинга персонала	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Задание (устно/письменно)
3	2	Текущий контроль	Раздел 1. Роль маркетинга персонала в управлении человеческими ресурсами	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Тестирование (компьютерные технологии)
4	2	Текущий контроль	Тема 6. Технология отбора кандидатов	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Задание, деловая игра
5	2	Текущий контроль	Раздел 2. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Тестирование (компьютерные технологии)
6	2	Промежуточная аттестация - зачет	Раздел 1. Роль маркетинга персонала в управлении человеческими ресурсами Раздел 2. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	Собеседование/устно

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

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости – основной вид систематической проверки знаний, умений, навыков обучающихся. Задача текущего контроля – оперативное и регулярное управление учебной деятельностью обучающихся на основе обратной связи и корректировки. Результаты оценивания заносятся преподавателем в журнал и учитываются в виде средней оценки при проведении промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения используется четырехбалльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и/или двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Перечень оценочных средств сформированности компетенций представлен в нижеследующей таблице

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
Текущий контроль успеваемости			
1	Индивидуальное творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Может быть использовано для оценки знаний, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Может быть использовано для оценки знаний и умений обучающихся	Методические указания по выполнению контрольной работы по вариантам
3	Тестирование	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
Промежуточная аттестация			
4	Зачет	Средство, позволяющее оценить знания, умения и владения обучающегося по дисциплине. Рекомендуется для оценки знаний, умений и владений навыками обучающихся	Комплект теоретических вопросов к зачету по разделам

Критерии и шкалы оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета (в конце 7 семестра), а также шкала для оценивания уровня освоения компетенций

Шкалы оценивания	Критерии оценивания	Уровень
------------------	---------------------	---------

		освоения компетенций
«зачтено»	Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного материала. Правильно выполнил практические задания. Ответил на все дополнительные вопросы	Высокий
	Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала. С небольшими неточностями выполнил практические задания. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Базовый
	Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. С существенными неточностями выполнил практические задания. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	Минимальный
«не зачтено»	Обучающийся при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенции не сформированы

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Творческое задание

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	Представленная работа демонстрирует точное понимание задания и полное ему соответствие. В работе приводятся конкретные факты и примеры. Материал изложен логично. Работа и форма её представления является авторской, выполнена самостоятельно и содержит большое число оригинальных, изобретательных примеров. Эффективное использование изображений, видео, аудио и других мультимедийных возможностей, чтобы представить свою тему и вызвать интерес. Презентация имеет все необходимые разделы, данные об авторе, ссылки на источники, оформлена в одном стиле. Текст не избыточен на слайде, не имеет орфографических и речевых ошибок
«хорошо»	Представленная работа демонстрирует понимание задания. В работу включаются как материалы, имеющие как непосредственное отношение к теме, так и материалы, не имеющие отношения к ней. Содержание работы соответствует заданию, но не все аспекты задания раскрыты. В работе есть элементы творчества. Используются однотипные мультимедийные возможности, или некоторые из них отвлекают внимание от темы презентации. Основные требования к презентации соблюдены, но отсутствует выполнение требований либо к оформлению, либо к содержанию. Текст на слайде не избыточен, но плохо читается, несколько неудачных речевых

	выражений.
«удовлетворительно»	В работу включена собранная обучающимся информация, но она не анализируется и не оценивается. Нарушение логики в изложении материала. Обычная, стандартная работа, элементы творчества отсутствуют. Не используются изображения, видео, аудио и другие мультимедийные возможности, или их использование отвлекает внимание. Не соблюдены требования к оформлению презентации. Слишком много текста, или две и более орфографических ошибок, или речевые и орфографические ошибки
«неудовлетворительно»	Включены материалы, не имеющие непосредственного отношения к теме работы, содержание работы не относится в рассматриваемой проблеме. Отсутствует логики в изложении материала. Не используются изображения, видео, аудио и другие мультимедийные возможности, или их использование отвлекает внимание. Не соблюдены требования к оформлению презентации

Критерии и шкала оценивания контрольной работы

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«зачтено»	Студент полностью и правильно выполнил задание контрольной работы. Показал отличные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Контрольная работа оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.
«не зачтено»	Студент не полностью выполнил задания контрольной работы, при этом проявил недостаточный уровень знаний и умений.

Критерии и шкала оценивания тестирования

Шкала оценивания	Критерий оценки	Уровень освоения компетенции
«отлично»	Обучающийся при тестировании набрал 91-100 баллов	Высокий
«хорошо»	Обучающийся при тестировании набрал 76-90 баллов	Базовый
«удовлетворительно»	Обучающийся при тестировании набрал 60-75 баллов	Минимальный
«неудовлетворительно»	Обучающийся при тестировании набрал 0-59 баллов	Компетенция не сформирована

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

3.1 Типовые контрольные задания для выполнения индивидуальных творческих заданий

Варианты индивидуальных творческих заданий выложены в электронной информационно-образовательной среде ЗаБИЖТ, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

Ниже приведен образец типовых вариантов заданий, предусмотренных рабочей программой.

Образец типового варианта индивидуального творческого задания по теме «Процесс и основные направления маркетинга персонала»

Задание 1. Изучите этапы процесса управления маркетингом персонала и разработайте процесс управления маркетингом персонала конкретного предприятия.

Методические указания:

Процесс управления маркетингом включает в себя следующие этапы:

1. Анализ рыночных возможностей, который предполагает:

- а) маркетинговые исследования и сбор маркетинговой информации;
- б) анализ среды маркетинга, возможности субъекта рынка труда;
- в) анализ потребителей рабочей силы.

2. Отбор целевых рынков рабочей силы, который предполагает следующую последовательность:

- а) замеры и прогнозирование спроса на конкретную рабочую силу;
- б) сегментирование рынка рабочей силы;
- в) отбор целевых сегментов рынка;
- г) позиционирование товара "рабочая сила" на рынке.

3. Разработка комплекса маркетинга (маркетинг-микс):

- а) разработка товара "рабочая сила";
- б) определение стоимости конкретной рабочей силы;
- в) разработка системы распределения рабочей силы и коммуникаций (реклама, стимулирование занятости, организация благоприятного общественного мнения, личные контакты);
- г) обеспечение персоналом (отбор персонала для профессионального выполнения функций маркетинга; обучение профессионалов и остального персонала субъекта рынка труда; организация труда персонала и управление им; стимулирование по результатам выполнения маркетинговых функций).

4. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Осуществляются через систему маркетинговой информации, систему планирования (разработка стратегических планов, планов маркетинга); организационную структуру, систему маркетингового контроля (замеры результатов, анализ результатов, проведение корректирующих действий).

Способы осуществления маркетинговой деятельности или методы управления можно классифицировать по признакам их содержания и механизмам воздействия на объект управления:

- а) экономические;
- б) социально-психологические;
- в) организационно-административные.

3.2 Типовой комплект заданий для контрольной работы

Контрольная работа выполняется студентом после изучения дисциплины в соответствии с учебной программой.

Вопросы с 1 по 40 требуют изложения теоретического материала с использованием нормативной, основной и дополнительной литературы, а также использование периодических изданий.

Вопросы с 41 по 50 требуют анализа конкретной ситуации, а также разработки выводов и предложений.

Варианты контрольной работы

Таблица выбора варианта

Последняя цифра шифра студента	Теоретическая часть	Практическая часть
0	1, 11, 24, 36	41
1	2, 12, 27, 32	44
2	3,13, 21, 33	45
3	4, 14, 29, 38	49
4	5,15, 28, 40	42
5	6, 16, 22, 31	46
6	7, 17, 23, 39	50
7	8, 18, 30, 34	47
8	9, 19, 25, 35	43
9	10, 20, 26, 37	48

Перечень теоретических вопросов

1. Понятие и сущность «Маркетинга персонала». Внутренний и внешний маркетинг персонала.
2. Потенциал маркетинговых технологий для HR, маркетинговые инструменты для работы с целевыми аудиториями исследований.
3. Конкурентный рынок и его особенности. Знание конкурентного рынка и тактических/стратегических действий конкурентов и преобразование информации для HR.
4. Основные составляющие маркетинга персонала и их характеристика.
5. Разработка качественных требований к персоналу. Определение количественной и качественной потребности в персонале. Этапы оценки потребности в персонале и их характеристика.
6. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала. Выбор путей покрытия потребности в персонале.
7. Анализ и контроль эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям.
8. Деловая оценка персонала.
9. Рынок труда и его особенности. Характеристика основных направлений изучения рынка труда в маркетинге персонала.
10. Спрос на рабочие места. Потребности и ожидания работников. Предложения других работодателей. Позиционирование конкурентов.
11. Характеристики наличной рабочей силы. Особенности социальных потребностей работников. Характеристика потенциальных трудовых ресурсов (города, региона).
12. Репутация компании как работодателя и особенности ее формирования.
13. Понятие и сущность имиджа профессии и сфер бизнеса.
14. Коммуникационная функция маркетинга персонала. Объекты коммуникационной функции: сотрудники организации, выступающие в качестве участников внутреннего конкурса на вакансии и являющиеся носителями имиджа компании на рынке труда.
15. Проработка функциональной структуры управления с учетом главной задачи каждой службы, определение базовой задачи для каждой службы, определение типов ответственности, определение набора функциональных обязанностей.
16. Понятие трудоемкости, порядок определения нормативов трудоемкости.
17. Определение количества временных и стоимостных ресурсов, необходимых для реализации функциональных обязанностей каждой отдельной должности в течение месяца, квартала, года. Расчет временных и стоимостных ресурсов.

18. Материальные факторы: общий уровень дохода сотрудников по сравнению с другими компаниями; социальный пакет (страхование, декретные программы, программы для детей сотрудников, спортивные, направленные на поддержку здоровья и пр.).
19. Нематериальные факторы привлекательности. Карьерные возможности, общая атмосфера внутри компании.
20. Развитый HR-бренд. Имидж работодателя. Известность компании на рынке. Формирование внешнего имиджа персонала.
21. Синхронизация стратегических планов компании в отношении персонала, маркетинга, финансов и других функциональных областей.
22. Известность и лояльность топ-менеджмента. Известность, популярность продукции или услуг.
23. Стратегический HR-менеджмент. Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование.
24. Определение долгосрочных потребностей и возможностей в привлечении и изменении человеческих ресурсов, учитывая этап жизненного цикла компании, динамику развития, состояние продуктового портфеля, факторы влияния внешнего окружения организации.
25. Управление корпоративной культурой и поведением персонала.
26. Программы формирования и поддержки лояльности персонала.
27. Event-менеджмент. Построение организационной структуры компании.
28. Реорганизационные процессы и оптимизация ресурсов (аутсорсинг, слияние компаний и т.д.).
29. Инжиниринг бизнес процессов и внутренних коммуникаций.
30. Организация подбора персонала.
31. Формирование привлекательного «рабочего места». Определение и описание кадровых потребностей (продуктовая концепция) и возможностей (SWOT).
32. Определение стратегии, тактик и источников привлечения ресурсов (анализ временных, денежных затрат, получаемого качества; использование матриц приоритетности).
33. Активный поиск: технологии переманивания («партизанский» маркетинг). Пассивный поиск: составление объявления о вакансии, выбор канала рекламы и анализ его эффективности, участие в ярмарках вакансий.
34. Проведение собеседований, комплексной оценки кандидатов (маркетинговые исследования). Переговоры по зарплате (нахождение рыночной цены).
35. Мотивация персонала: понятие, виды и их характеристика.
36. Разработка мотивационных систем (стимулирование сбыта: бенефиты, бонусы, конкурсы, вознаграждение за качественное обслуживание клиента).
37. Управление обучением и развитием персонала. Учет маркетинговых планов компании при разработке программ обучения.
38. Участие маркетинговой службы компании в процессе обучения персонала (стандарты обслуживания, ориентация на клиента, владение презентацией компании, нетипичные ситуации).
39. Проектирование карьеры (продвижения персонала) на основе логистических процессов. Использование методологии маркетинговых исследований, «партизанский» маркетинг.
40. Удержание персонала. Комплексная разработка программ формирования лояльности персонала к компании и ее корпоративной культуре («прививка» на этапе адаптации, открытость руководства и корпоративной информации, командный дух, мотивационные и event-программы).

Содержание практического задания

41. Выберите любое предприятие и укажите 10 возможных предпочтений соискателей рабочего места при выборе предприятия. Каждое предпочтение поясните.

Методические указания:

К возможным предпочтениям соискателей рабочего места можно отнести (например):

1) возможность осуществления своих идей – является важной составляющей для многих сотрудников, т.к. предложение и утверждение мероприятий предложенных сотрудником повышает его оценку в глазах своей команды и помогает самоутвердиться как личности;

2) гибкий график работы – дает возможность сотрудникам найти вторую работу, а также возможность повышать свою квалификацию в свободное от работы время;

3) имидж предприятия – высокий статус компании повышает статус каждого сотрудника, работающего в ней, сотрудник должен соответствовать занимаемой должности, следовательно, он должен стремиться к своему развитию и самообразованию и т.д.

3.3 Перечень вопросов для тестирования Образец типового варианта тестового задания

Тестовые задания для оценки знаний

1. Основными субъектами маркетинга на рынке труда выступают:

- 1) услуги;
- 2) готовая продукция;
- 3) наемные работники;
- 4) профессиональные учебные заведения.

2. Маркетинг рабочей силы (персонала) – это

- 1) маркетинг трудовых услуг, которые приобретаются вслепую;
- 2) это вид управленческой деятельности, направленной на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами;
- 3) вид человеческой деятельности, направлений на удовлетворение спроса посредством обмена.

Тестовые задания для оценки умений

1. В зависимости от места распространения (поля деятельности) различают

- 1) внешний и внутренний маркетинг персонала;
- 2) поддерживающий и стимулирующий маркетинг персонала;
- 3) демаркетинг и ремаркетинг;
- 4) нет правильного ответа.

2. Что не относят к формам целевого маркетинга персонала

- 1) профессиональное обучение;
- 2) частичная занятость;
- 3) восстановление на работе;
- 4) внутреннее просвещение;
- 5) изучение спроса на рынке труда.

Тестовые задания для оценки навыков и (или) опыта деятельности

1. Выберите вид маркетинга который используется при негативном спросе на конкретную специфическую рабочую силу

- 1) конверсионный маркетинг;
- 2) стимулирующий маркетинг;
- 3) перспективный;
- 4) ремаркетинг.

2. Выберите концепцию, которая имеет цель интеграции кадровой политики и сбытового маркетинга, которая должна заключаться в использовании инструментов кадровой политики с сохранением приоритетных сфер сбыта и в применении средств маркетинга для влияния на персонал

- 1) концепция внутриорганизационного маркетинга;
- 2) концепция эго-маркетинга;
- 3) концепция продвижения товара «персонал».
- 4) ценовая концепция.
- 5) концепции социальных преимуществ.

3.4 Перечень теоретических вопросов к зачету (для оценки знаний)

Раздел 1. Роль маркетинга персонала в управлении человеческими ресурсами

1. Маркетинг рабочей силы: понятие, сущность.
2. Базовые принципы маркетинга.
3. Основные субъекты и объекты маркетинга на рынке труда.
4. Концепции маркетинга рабочей силы.
5. Основные принципы определения и содержания задач маркетинга персонала.
6. Цели и задачи маркетинга персонала
7. Виды маркетинга персонала
8. Уровни и субъект маркетинга персонала
9. Маркетинг персонала-mix: понятие, составляющие модели
10. Функции маркетинга персонала
11. Сегментация рынка труда
12. Классификация критериев сегментации рынка труда
13. Маркетинг рынка труда для наемных работников
14. Особенности процесса маркетинга персонала
15. Основные направления маркетинга персонала
16. Внутренние и внешние (по отношению к предприятию) факторы, влияющие на обеспеченность потребности в персонале
17. Этапы процесса управления маркетингом персонала
18. Группы параметров требований к персоналу
19. Основные методы определения потребности в рабочих кадрах
20. Затраты на привлечение и развитие персонала
21. Пути покрытия потребности в персонале
22. Достоинства и недостатки набора персонала за счет внутренних и внешних источников

Раздел 2. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом

23. Технология формирования компетенций
24. Компетентностный подход с позиций ресурсной теории и организация его использования
25. Классификация компетенций
26. Показатели компетенции
27. Шкалирование компетенций
28. Технология маркетинга персонала
29. Факторы формирования персонал-маркетинговых технологий в организации
30. Основные этапы реализации технологии маркетинга персонала
31. Процедура маркетинга персонала в организации
32. Основные различия маркетинга персонала и традиционного подхода в поиске кандидатов на найм.

33. Определяющие причины для формирования технологий маркетинга персонала в организациях
34. Основные этапы формирования и реализации стратегии маркетинга персонала в организации по версии Е. Дитман
35. Цели внутреннего, конгруэнтного анализа, проводимого в организациях в рамках реализации стратегии маркетинга персонала
36. Цели и основная концепция отбора и найма
37. Выбор философии найма кандидата
38. Вербовка и формирование выборочной совокупности кандидатов
39. Бесконтактные методы оценки кандидата
40. Тестирование в оценке кандидатов при найме
41. Процедура отбора. Принятие решения о найме

3.5 Перечень типовых простых практических заданий к зачету (для оценки умений)

1. Основные правила проведения отборочного собеседования.
2. Роль менеджера в процессе набора и отбора кадров.
3. Что такое анкетирование и тестирование, их значение при найме персонала.
4. Разработайте анкету для нанимаемого сотрудника в организацию.

3.6 Перечень типовых простых практических заданий к зачету (для оценки навыков и (или) опыта деятельности)

У Вас на предприятии открылся новый отдел, в который необходимо подобрать двух человек. Сформулируйте название отдела и должности (у обоих кандидатов должность одинаковая). Изложите суть и требования по выбранной должности, используя системный анализ. Выявите контингент лиц внутри Вашей группы, которые хотели бы и могли работать в этом отделе. Объясните свое решение.

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

В таблице дано описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий, соответствующих рабочей программе дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Индивидуальное творческое задание	Индивидуальные творческие задания выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Задания выложены в электронной информационно-образовательной среде ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет. Индивидуальные задания должны быть выполнены в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и графической частей), сформулированными в Положении «Требования к оформлению текстовой и графической документации. Нормоконтроль» № П.420700.05.4.092-2012 в последней редакции. Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку.
Контрольная работа	Контрольные работы, предусмотренные рабочей программой




	дисциплины. Вариантов КР по теме не менее двух. Преподаватель доводит до обучающихся тему КР, количество заданий в КР, время выполнения КР.
Тестирование	Компьютерное тестирование проводится по результатам освоения разделов дисциплины во время практических занятий. Во время проведения тестирования пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения теста, доводит до обучающихся: темы, количество заданий в тесте время выполнения.
Зачет	Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать среднюю оценку по дисциплине по результатам текущего контроля. Так как оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Для чего преподаватель находит среднюю оценку уровня сформированности компетенций у обучающегося, как сумму всех полученных оценок деленную на число этих оценок.

Шкала и критерии оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета по результатам текущего контроля

Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка
Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»
Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета без дополнительного аттестационного испытания, то промежуточная аттестация в форме зачета проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов и типовых практических задач (не более двух теоретических и двух практических). Промежуточная аттестация в форме зачета с проведением аттестационного испытания в форме собеседования проходит на последнем занятии по дисциплине.

Лист регистрации дополнений и изменений рабочей программы дисциплины

№ п/п	Часть текста, подлежащего изменению в документе			Общее количество страниц		Основание для внесения изменения, № документа	Подпись отв. исп.	Дата
	№ раздела	№ пункта	№ подпункта	до внесения изменений	после внесения изменений			
1	6	6.1	6.1.1	26	26	Протокол заседания кафедры № 8 от 14.04.2020		14.04.2020
2	6	6.1	6.1.2	26	26	Протокол заседания кафедры № 8 от 14.04.2020		14.04.2020
3	6	6.3	6.3.3	26	26	Протокол заседания кафедры № 8 от 14.04.2020		14.04.2020