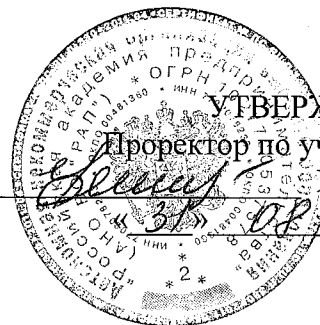


**Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Российская академия предпринимательства»
(АНО ВО «РАП»)**



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Е.Е. Ермакова
2017г.

Кафедра: Маркетинг и связи с общественностью

(название кафедры)

Авторы: Левина М.Б., к.э.н.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

(наименование учебной дисциплины)

Направление: 38.03.03 Управление персоналом

Направленность: Управление персоналом организации

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

<p>Одобрена на заседании Ученого совета АНО ВО «РАП»</p> <p>Протокол № 4 от «31» августа 2017 г.</p>	<p>Одобрена на заседании кафедры «Управление персоналом»</p> <p>Протокол № 7 от «29» августа 2017 г.</p>
--	--

Москва, 2017 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) «**Маркетинг персонала**» являются:

- формирование у студентов компетенций в области маркетинга персонала как технологии управленческой деятельности.
- получение студентами необходимого объема знаний с учетом новых требований времени по формированию кадровой стратегии на основе научно обоснованного маркетинга персонала, учитывающего тенденции современного развития организаций;
- формирование интегрированного представления материала дисциплин кадрового менеджмента с целью анализа взаимосвязи внешнего и внутреннего рынков труда на основе такого специфического товара как труд;
- помощь в обосновании принятия управленческих решений.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты
ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	<p>Знать: основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом; функции и место УП в деятельности предприятий и учреждений, роль УП в развитии общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций, специфику рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области УП</p> <p>Уметь: прогнозировать и планировать потребность организации в персонале в соответствии со стратегическими планами организации и определять эффективные пути ее удовлетворения;</p> <p>Владеть: методами разработки и реализации стратегий управления персоналом; навыками и методами сбора информации; навыками количественного и качественного анализа оценок состояния экономической, социальной, политической среды; навыками обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм; выявления потребностей и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала</p>
ПК-3	знанием основ научной организации и нормирования труда, владением навыками проведения анализа работ и анализа рабочих мест, оптимизации норм обслуживания и численности, способностью эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды и умение применять их на практике	<p>Знать: бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом; теоретические и методические основы анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала;</p> <p>Уметь: разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и осуществлять программы по их адаптации; применять их на практике методы анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала.</p> <p>Владеть: методами планирования численности и профессионального состава персонала в соответствии со стратегическими планами организации; методами, навыками и технологиями анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала</p>

2.1 Формируемые компетенции по разделам дисциплины

Наименование раздела	Содержание раздела	Формируемые компетенции	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
Раздел 1. Маркетинг персонала как особая	Значение, цель и задачи дисциплины «Маркетинг персонала» для подготовки бакалавров. Место дисциплины «Маркетинг персонала» в	ПК-2, ПК-3,	<p>Знать: принципы развития и закономерности функционирования организации.</p> <p>Уметь: анализировать коммуни-</p>

<p>технология управленческой деятельности Тема 1. Цели и задачи дисциплины "Маркетинг персонала"</p>	<p>системе дисциплин, изучаемых по образовательным программам подготовки бакалавров и взаимосвязь с ними.</p>		<p>кационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности Владеть: методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>
<p>Тема 2. Маркетинг персонала: определение, цели, принципы, уровни, виды, функции и модели</p>	<p>Маркетинг персонала как система. Сущность, значение и цели маркетинга персонала. Его основные приёмы и их характеристика. Цели, основные принципы, уровни формирования, виды и функции маркетинга персонала в организации. Модели маркетинга-микс персонала.</p>	<p>ПК-2, ПК-3,</p>	<p>Знать: принципы развития и закономерности функционирования организации. Уметь: анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. Владеть: методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>
<p>Тема 3. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала</p>	<p>Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда. Виды имиджа организации и факторы его формирования. Изменение имиджа организации в маркетинге персонала. Способы оценки имиджа организации. Использование результатов оценки имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.</p>	<p>ПК-2, ПК-3,</p>	<p>Знать: принципы развития и закономерности функционирования организации. Уметь: анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. Владеть: методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>
<p>Раздел 2. Проектирование и контроль реализации маркетинга персонала Тема 4. Разработка профессиональных требований к персоналу</p>	<p>Значение определения и описания должностных обязанностей. Задачи и сущность описания рабочего места (штатной должности). Требования к должности. Должностная инструкция: основные требования к составлению, порядок разработки, структура. Составление делового портрета исполнителя работы (спецификация личности). Общий стандарт требований к кандидату. Определение условий найма. Основные параметры.</p>	<p>ПК-2, ПК-3,</p>	<p>Знать: принципы развития и закономерности функционирования организации. Уметь: анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. Владеть: методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>
<p>Тема 5. Определение потребности в персонале</p>	<p>Цели и задачи кадрового планирования. Принципы выявления потребностей в персонале. Методы определения потребностей в персонале. Проблемы текучести кадров. Альтернативы развития организации и планирование потребности в персонале. Конфликтные потенциалы при планировании персонала.</p>	<p>ПК-2, ПК-3,</p>	<p>Знать: принципы развития и закономерности функционирования организации. Уметь: анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. Владеть: методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>
<p>Тема 6. Расчет затрат на приобретение и использование персонала</p>	<p>Денежная оценка человеческих ресурсов организации. Способы измерения стоимости человеческих ресурсов. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала. Структура расходов на персонал..</p>	<p>ПК-2, ПК-3,</p>	<p>Знать: принципы развития и закономерности функционирования организации. Уметь: анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложе-</p>

	Планирование затрат на персонал в рамках системы внутрифирменного планирования. Учет затрат на персонал. Определение издержек на персонал.		ния по повышению их эффективности. <u>Владеть:</u> методами разработки и реализации маркетинговых программ
Тема 7. Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале	Сущность маркетинговой работы по выбору путей покрытия потребности в персонале. Покрытие потребности в персонале за счет внешних и внутренних источников: преимущества и недостатки. Посредничество в комплектовании организаций персоналом.	ПК-2, ПК-3,	<u>Знать:</u> принципы развития и закономерности функционирования организации. <u>Уметь:</u> анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. <u>Владеть:</u> методами разработки и реализации маркетинговых программ
Тема 8. Обеспечение организации персоналом	Профессиональный отбор персонала и его цели. Основные требования к кандидатам. Вербовка персонала. Связь с общественностью, реклама и маркетинг. Организация отбора претендентов на вакантную должность. Формирование принципов отбора и найма. Методы оценки персонала при найме. Понятие и сущность самомаркетинга. Конкурентоспособность работника и факторы её осуществления.	ПК-2;ПК-3	<u>Знать:</u> принципы развития и закономерности функционирования организации. <u>Уметь:</u> анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности <u>Владеть:</u> методами разработки и реализации маркетинговых программ
Тема 9. Развитие персонала	Стратегия организации в области развития кадрового потенциала. Профессиональное развитие персонала, его цели и влияние на обеспечение организации работниками. Методы управления развитием персонала. Система управления развитием персонала. Работа с кадровым резервом. Управление карьерой персонала. Система управления карьерой персонала.	ПК-2, ПК-3,	<u>Знать:</u> принципы развития и закономерности функционирования организации. <u>Уметь:</u> анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. <u>Владеть:</u> методами разработки и реализации маркетинговых программ
Тема 10. Контроль реализации маркетинга персонала	Виды, элементы, функции и формы контроля. Взаимосвязь между формами контроля и видами ошибок. Методы определения результативности мероприятий, связанных с маркетингом персонала. Аудит маркетинга персонала как мера выявления результативности маркетинговых мероприятий. Контроллинг маркетинга персонала как оценка эффективности процесса управления маркетинговыми мероприятиями. Принципы и дисфункции контроля маркетинга персонала.	ПК-2, ПК-3,	<u>Знать:</u> принципы развития и закономерности функционирования организации. <u>Уметь:</u> анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. <u>Владеть:</u> методами разработки и реализации маркетинговых программ

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)»: Б1.В.ОД.12. Дисциплина участвует в формировании

профессиональных компетенций организационно-управленческой и экономической, информационно-аналитической деятельности.

Изучение дисциплины «Маркетинг персонала» базируется на знаниях по «Теории управления», «Управлению персоналом организации», «Статистике», «Экономике и социологии труда», «Психологии», «Социологии», «Трудовому праву». Её содержание обеспечивает обучение, направленное на конкретный результат овладения принципами и методами персонал-маркетинга и на применение их в практической деятельности для достижения оптимального соответствия между спросом на персонал и его предложением с целью удовлетворения потребности в труде всех субъектов трудовых отношений.

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для изучения дисциплин «Кадровая политика и социальное развитие организации», «Технологии карьеры и формирование кадрового резерва», «Организация труда персонала», «Экономика управления персоналом», «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности» и др.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Очная форма обучения

Вид учебной работы		Количество часов	
		Всего по учебному плану	Семестр
			6
Контактная работа (всего)		72	72
В том числе:			
лекции (Л)		36	36
практические занятия (ПЗ)		36	36
в т.ч. в интерактивной форме:		20	20
Самостоятельная работа (СРС):		45	45
Виды промежуточной аттестации – зачет с оценкой		27	27 Экзамен
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	Часы:	144	144
	Зач. ед.	4	4

Заочная форма обучения

Вид учебной работы		Количество часов		
		Всего по учебному плану	Курсы	
			3	4
Контактная работа (всего)		14	4	10
В том числе:				
лекции (Л)		4	4	-
практические занятия (ПЗ)		10	-	10
в т.ч. в интерактивной форме:		4	-	4
Самостоятельная работа (СРС):		121	68	53

Виды промежуточной аттестации, контроль		9	-	9 Экзамен
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	Часы:	144	72	72
	Зач. ед.	4	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Очная форма обучения

Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах				Формы контроля
	Л	ПЗ	СР	Всего	
Раздел 1. Маркетинг персонала как особая технология управленческой деятельности					
Тема 1. Цели и задачи дисциплины «Маркетинг персонала»	2	2	3	7	Опрос
Тема 2. Маркетинг персонала: определение, цели, принципы, уровни, виды, функции и модели	4	4	6	14	
Тема 3. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	4	4	4	12	
Раздел 2. Проектирование и контроль реализации маркетинга персонала					
Тема 4. Разработка профессиональных требований к персоналу	4	4	4	12	Тестирование
Тема 5. Определение потребности в персонале	4	4	6	14	
Тема 6. Расчет затрат на приобретение и использование персонала	4	4	4	12	
Тема 7. Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале	4	4	4	12	
Тема 8. Обеспечение организации персоналом	4	4	4	12	
Тема 9. Развитие персонала	4	4	6	14	
Тема 10. Контроль реализации маркетинга персонала	2	2	4	8	
Промежуточный контроль				27	Экзамен
ВСЕГО:	36	36	45	144	

Заочная форма обучения

Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах				Формы контроля
	Л	ПЗ	СР	Всего	
Раздел 1. Маркетинг персонала как особая технология управленческой деятельности					
Тема 1. Цели и задачи дисциплины "Маркетинг персонала	2	-	12	14	Опрос
Тема 2. Маркетинг персонала: определение, цели, принципы, уровни, виды, функции и модели	2	-	12	14	
Тема 3. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	-	-	13	13	
Раздел 2. Проектирование и контроль реализации маркетинга персонала					
Тема 4. Разработка профессиональных требований к персоналу	-	2	12	14	Тестирование
Тема 5. Определение потребности в персонале	-	2	12	14	

Тема 6. Расчет затрат на приобретение и использование персонала	-	-	13	13	
Тема 7. Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале	-	2	11	13	
Тема 8. Обеспечение организации персоналом	-	-	13	13	
Тема 9. Развитие персонала	-	2	11	13	
Тема 10. Контроль реализации маркетинга персонала	-	2	12	14	
Промежуточный контроль				9	Экзамен
ВСЕГО:	4	10	121	144	

5.1. Практические занятия Очная форма обучения

Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование практических занятий	Всего часов/ в интерактивной форме	Интерактивная форма
Цели и задачи дисциплины «Маркетинг персонала»	Закрепление теоретического материала	2	
Тема 2. Маркетинг персонала: определение, цели, принципы, уровни, виды, функции и модели	Изучить цели, основные принципы, уровни формирования, виды и функции маркетинга персонала в организации.	4/4	Метод развивающей кооперации
Тема 3. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	Способы оценки имиджа организации. Использование результатов оценки имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.	4/4	Проведение дискуссии
Тема 4. Разработка профессиональных требований к персоналу	Написание должностной инструкции: основные требования к составлению, порядок разработки, структура. Составление делового портрета исполнителя работы.	4	
Тема 5. Определение потребности в персонале	Методы определения потребностей в персонале. Анализ проблемы текучести кадров.	4/4	Проведение дискуссии
Тема 6. Расчет затрат на приобретение и использование персонала	Планирование затрат на персонал в рамках системы внутрифирменного планирования. Учет затрат на персонал (практическое занятие)	4	
Тема 7. Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале	Покрытие потребности в персонале за счет внешних и внутренних источников: преимущества и недостатки.	4/4	Метод коллективного анализа ситуации
Тема 8. Обеспечение организации персоналом	Организация отбора претендентов на вакантную должность. Формирование принципов отбора и найма. Методы оценки персонала при найме.	4	
Тема 9. Развитие персонала	Методы управления развитием персонала. Система управления развитием персонала.	4/4	Метод развивающей кооперации
Тема 10. Контроль реализации маркетинга персонала	Аудит маркетинга персонала как мера выявления результативности маркетинговых мероприятий. Контроллинг маркетинга персонала как оценка эффективности процесса управления маркетинговыми мероприятиями.	2	
ВСЕГО:		36/20	

Заочная форма обучения

Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование практических занятий	Всего часов/ в интерактивной форме	Интерактивная форма
Тема 4. Разработка профессиональных требований к персоналу	Написание должностной инструкции: основные требования к составлению, порядок разработки, структура. Составление делового портрета исполнителя работы.	2	
Тема 5. Определение потребности в персонале	Методы определения потребностей в персонале. Анализ проблемы текучести кадров.	2	
Тема 7. Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале	Покрытие потребности в персонале за счет внешних и внутренних источников: преимущества и недостатки.	2/2	Метод коллективного анализа ситуации
Тема 9. Развитие персонала	Методы управления развитием персонала. Система управления развитием персонала.	2/2	Метод развивающей кооперации
Тема 10. Контроль реализации маркетинга персонала	Аудит маркетинга персонала как мера выявления результативности маркетинговых мероприятий. Контролинг маркетинга персонала как оценка эффективности процесса управления маркетинговыми мероприятиями.	2	
ВСЕГО:		10/4	

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего час.

<p>Раздел 1. Теоретические основы кадрового аудита. (темы 1,2,3,4,5, 6,7)</p>	<p>Проработка учебного материала по конспекту лекций, учебной и научной литературе. Подготовка докладов к семинарским занятиям. Самостоятельное освоение темы, изучение литературы из приведенных источников:</p> <p>Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02354-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452888</p> <p>Маркетинг персонала : практикум / Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет», Министерство образования и науки Российской Федерации ; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089</p> <p>Шестакова, Е.В. Планирование кадров : учебное пособие / Е.В. Шестакова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2013. - 169 с. : табл., схем. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270268</p> <p>Новаторов, В.Е. Персональный маркетинг : монография / В.Е. Новаторов. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 280 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6004-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430606</p> <p>Шапиро, С.А. Управление персоналом как вид предпринимательской деятельности / С.А. Шапиро, А.Я. Шапиро. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 340 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3669-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272163.</p> <p>Бабковская, В.Н. Розничный персонал от А до Я / В.Н. Бабковская. - 2-е изд. - Москва-Вологда : Инфра-Инженерия, 2016. - 352 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-9729-0129-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444426</p>	<p>31 85</p>
<p>Раздел 2. Контроллинг системы управления персоналом организации как элемент кадрового аудита. (Темы8, 9,10)</p>	<p>Проработка учебного материала по конспекту лекций, учебной и научной литературе. Подготовка докладов к семинарским занятиям. Самостоятельное освоение темы, изучение литературы:</p> <p>Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02354-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452888</p> <p>Маркетинг персонала : практикум / Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет», Министерство образования и науки Российской Федерации ; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089</p> <p>Шестакова, Е.В. Планирование кадров : учебное пособие / Е.В. Шестакова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2013. - 169 с. : табл., схем. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270268</p> <p>Новаторов, В.Е. Персональный маркетинг : монография /</p>	<p>14 36</p>

	<p>В.Е. Новаторов. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 280 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6004-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430606</p> <p>Шапиро, С.А. Управление персоналом как вид предпринимательской деятельности / С.А. Шапиро, А.Я. Шапиро. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 340 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3669-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272163.</p> <p>Бабковская, В.Н. Розничный персонал от А до Я / В.Н. Бабковская. - 2-е изд. - Москва-Вологда : Инфра-Инженерия, 2016. - 352 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-9729-0129-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444426</p>	
	ВСЕГО: Очная форма	45
	Заочная форма	121

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценивание и контроль сформированности компетенций по дисциплине осуществляется с помощью текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация проводятся в соответствии с «Положением об организации текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» в Академии.

7.1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

№ п/п	<i>Перечень компетенций, формируемых дисциплиной</i>	
1	ПК-2, ПК-3	
2	<i>Этапы формирования компетенций</i>	
	<i>Название и содержание этапа</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>
	<p><u>Этап 1: Знать</u> основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом; функции и место УП в деятельности предприятий и учреждений, роль УП в развитии общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций, специфику рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области УП бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом; теоретические и методические основы анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонал;</p>	ПК-2, ПК-3
	<p><u>Этап 2: Уметь</u> прогнозировать и планировать потребность организации в персонале в соответствии со стратегическими планами организации и определять эффективные пути ее удовлетворения; разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и осуществлять программы по их адаптации; применять их на практике методы анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонал.</p>	ПК-2, ПК-3
	<p><u>Этап 3: Владеть</u> методами разработки и реализации стратегий управления персоналом; навыками и методами сбора информации; навыками количественного</p>	ПК-2, ПК-3

	<p>и качественного анализа оценок состояния экономической, социальной, политической среды; навыками обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм; выявления потребностей и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала методами планирования численности и профессионального состава персонала в соответствии со стратегическими планами организации; методами, навыками и технологиями анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала</p>	
--	--	--

7.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Коды компетенций	Этапы формирования компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций			
			Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
ПК-2	<p>Знать: основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом; функции и место УП в деятельности предприятий и учреждений, роль УП в развитии общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций, специфику рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области УП</p> <p>Уметь: прогнозировать и планировать потребность организации в персонале в соответствии со стратегическими планами организации и определять эффективные пути ее удовлетворения;</p> <p>Владеть / быть в состоянии продемонстрировать: методами разработки и реализации стратегий управления персоналом; навыками и методами сбора информации; навыками количественного и качественного анализа оценок состояния экономической, социальной, политической среды; навыками обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм; выявления потребностей и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала</p>	<p><u>Пороговый уровень:</u> Показатели усвоения знаний содержат описание действий, отражающих работу с информацией, выполнение различных мыслительных операций</p> <p>- дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач</p> <p><u>Базовый уровень:</u> Показатели для проверки усвоения умений содержат требования к выполнению отдельных действий и/или операций</p> <p>- позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам</p>				
ПК-3	<p>Знать: бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом; теоретические и методические основы анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонал;</p> <p>Уметь: разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и осуществлять программы по их адаптации; применять их на практике методы анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонал.</p> <p>Владеть / быть в состоянии продемонстрировать: методами планирования численности и профессионального состава персонала в соответствии со стратегическими планами организации; методами, навыками и технологиями анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала</p>	<p><u>Повышенный уровень:</u> Наименования данных результатов обучения включают характеристику навыков, приобретенных в процессе решения профессиональных задач - предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении</p>	<p>Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному</p>	<p>Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.</p>	<p>Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.</p>	<p>Теоретическое содержание дисциплины (модуля) не освоено. Необходимые практические навыки работы не сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины учебные задания выполнены с грубыми ошибками. Дополнительная самостоятельная работа над материалом дисциплины (модуля) не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий</p>

7.3. ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Оценивание результатов промежуточного контроля (зачет с оценкой)

Уровень знаний определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» - студент показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний.

Оценка «хорошо» - студент показывает глубокие знания программного материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В тоже время при ответе допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» - студент показывает достаточные, но не глубокие знания программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуется уточняющие вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» - студент показывает недостаточные знания программного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускаются грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом.

Оценивание результатов письменного опроса на практическом занятии

«Отлично» – вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия дисциплины в соответствии с теоретическим материалом.

«Хорошо» – вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.

«Удовлетворительно» – вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий.

«Неудовлетворительно» – ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.

Оценивание результатов тестирования

«Отлично» – 80-100% правильных ответов.

«Хорошо» – 51-79% правильных ответов.

«Удовлетворительно» – 35-50% правильных ответов.

«Неудовлетворительно» – 34% и меньше правильных ответов.

Оценивание результатов решения ситуационных задач

«Отлично» – вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия дисциплины в соответствии с теоретическим материалом.

«Хорошо» – вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.

«Удовлетворительно» – вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий.

«Неудовлетворительно» – ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться нормативными правовыми актами.

7.4. 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

<i>Код компетенции</i>	<i>Этап формирования компетенции</i>	<i>Описание этапов формирования компетенций</i>	<i>Примерные оценочные средства</i>
ПК-2,	Знать	<p>Воспроизводить и объяснять учебный материал с требуемой степенью точности и полноты: - основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом.</p>	<p>Перечень вопросов для устного опроса:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «Маркетинг персонала» как научная дисциплина и ее связь с другими предметами. 2. Цели дисциплины «Маркетинг персонала». 3. Основные задачи дисциплины «Маркетинг персонала». 4. Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности. 5. Определение термина «Маркетинг персонала». 6. Первичные факторы, способствовавшие формированию концепции маркетинга персонала. 7. Сущность и цели маркетинга персонала. 8. Основные принципы маркетинга персонала. 9. Уровни формирования маркетинга персонала. 10. Виды маркетинга персонала. 11. Функции маркетинга персонала. 12. Характеристика моделей маркетинга-микс персонала. 13. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда. 14. Виды имиджа организации и факторы его формирования. 15. Способы оценки имиджа организации. 16. Разработка профессиональных требований к персоналу как одно из главных направлений маркетинговой деятельности в области персонала. 17. Задачи и сущность определения и описания рабочего места (штатной должности). 18. Методы проведения анализа рабочих мест. 19. Профессиограмма и ее структура. 20. Должностная инструкция: основные требования к составлению, порядок разработки, структура. 21. Общий стандарт требований к кандидату. 22. Определение условий найма. 23. Цели и задачи кадрового планирования. 24. Факторы, влияющие на планирование потребности в персонале. 25. Методы планирования трудовых ресурсов. 26. Связь планирования персонала с общей системой планирования в организации. 27. Определение потребности в персонале. Текущая и долговременная потребность в персонале. Определение качественной и количественной потребности в персонале.

28. Оформление и продвижение внутрифирменных вакансий. Проблемы текучести кадров.
29. Конфликтные потенциалы при планировании персонала.

Перечень тем для самостоятельной работы:

- 1.«Маркетинг персонала» как научная дисциплина.
- 2.Факторы, способствующие формированию концепции маркетинга персонала.
- 3.Направления маркетинговой деятельности в области персонала.
- 4.Сущность и функции маркетинга персонала.
- 5.Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности.
- 1.Место маркетинга персонала в системе наук о персонале.
2. Маркетинг персонала как разновидность управленческой деятельности.
3. Принципы и закономерности маркетинга персонала.
4. Уровни формирования маркетинга персонала.
5. Виды и функции маркетинга персонала.
6. Модели микс-маркетинга персонала.
7. Роль имиджа организации в формировании ее бренда как работодателя.
8. Факторы формирования имиджа фирмы.
9. Методики оценки имиджа организации.
10. Разработка профессиональных требований к персоналу.
11. Сущность описания рабочего места.
12. Формы проведения анализа рабочих мест.
13. Содержание и структура профессиограммы.
14. Должностная инструкция и ее структура.
15. Кадровое планирование и его сущность.
16. Методы определения потребности в персонале.
17. Проблемы текучести кадров.
18. Конфликтные зоны при планировании персонала.

Задания в тестовой форме:

Тестовое задание № 1

Назовите время и страну возникновения маркетинга:

- а) начало 20 века в США;
- б) середина 20 века в Японии;
- в) конец 20 века в Германии.

Тестовое задание № 2

Вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале, возможность повысить или изменить квалификацию работников называется...

- а) управлением персоналом;
- б) маркетингом персонала;

в) менеджментом.

Тестовое задание № 3

Маркетинг персонала: понимание требований и запросов кандидата, самоформирование потенциальных кандидатов, проведение сегментирования рабочей силы и ...

- а) воздействие на субъективное восприятие;
- б) воздействие на объективное восприятие;
- в) воздействие на психологическое восприятие;
- г) воздействие на социальное восприятие.

Тестовое задание № 4

Маркетинг персонала как средство...

- а) доставляет информацию для работы с персоналом посредством его исследования;
- б) сфокусирован на занятости целевыми группами (рыночные сегменты), в которых через дифференциацию коммуникаций формирует привлекательность предприятия как работодателя;
- в) служит для конкретного кадрового планирования.

Тестовое задание № 5

К факторам формирования технологий маркетинга относятся:

- а) переоценка ценностей;
- б) выбор цели;
- в) демографические факторы;
- г) односторонний подход к выбору профессии и места работы;
- д) новый профиль рабочего места;
- е) недостаток специалистов и руководителей.

Тестовое задание № 6

Перечислите цели маркетинга персонала в организации

- а) деловые;
- б) формальные;
- в) функциональные;
- г) специальные.

Тестовое задание № 7

Перечислите уровни формирования маркетинга персонала:

- а) стратегический;
- б) оперативный;
- в) текущий;
- г) тактический.

Тестовое задание № 8

Перечислите виды маркетинга персонала в организации:

- а) внешний;
- б) внутренний;
- в) смешанный;

г) интегрированный.

Тестовое задание № 9

Основные функции маркетинга персонала – это...

а) аналитическая;

б) стратегическая;

в) информационная;

г) коммуникационная;

д) специальная.

Тестовое задание № 10

Комплекс маркетинга персонала включает: ...

а) цену;

б) продукт;

в) продвижение;

г) место;

д) персонал;

е) производство.

Вопросы выносимые на промежуточный контроль

3. Направления маркетинговой деятельности в области персонала.

4. Общее понятие маркетинга персонала.

5. Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности.

6. Сущность и цели маркетинга персонала.

7. Основные принципы маркетинга персонала.

8. Уровни формирования маркетинга персонала.

9. Виды маркетинга персонала.

10. Основные функции маркетинга персонала.

11. Внешние и внутренние факторы, влияющие на маркетинг персонала.

12. Основные этапы маркетинговой деятельности в области персонала.

13. Характеристика моделей маркетинга-микс персонала.

14. Стратегия организации и маркетинг персонала.

15. Влияние организационной культуры на формирование и функционирование маркетинга персонала.

16. Маркетинг персонала и внешний рынок труда.

17. Организация маркетинга персонала на федеральном, региональном и локальном рынках труда.

18. Роль и место маркетинга персонала в управлении наймом персонала.

19. Кадровые службы и их роль в решении задач по обеспечению организации персоналом.

20. Задачи менеджера при комплектовании кадров.

21. Сущность маркетинговой работы по выбору путей покрытия потребности в персонале.

22. Методы и способы поиска работы.

		<p>23. Принципы, критерии и методы набора персонала. 24. Комплектование персонала за счет внешних источников. 25. Активные и пассивные методы комплектования персонала за счет внешних источников. 26. Комплектование персонала за счет внутренних источников. 27. Оформление и продвижение внутрифирменных вакансий. 28. Посредничество в комплектовании организаций персоналом. 29. Характеристика негосударственных структур, занимающихся обеспечением потребностей организаций в работниках. 30. Подбор и предоставление временного персонала. 31. Аутстаффинг в системе кадровых услуг. 32. Аутсорсинг как стратегия управления. 33. Аутплейсмент как инструмент сохранения занятости высвобождаемого персонала. 34. Определение потребности в персонале. 35. Кадровое планирование в организации: сущность, цели, задачи. 36. Факторы, влияющие на планирование потребности в персонале. 37. Связь планирования персонала с общей системой планирования в организации. 38. Методы определения потребностей в персонале.</p>
Уметь	<p>Решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решений: - прогнозировать и планировать потребность организации в персонале в соответствии со стратегическими планами организации и определять эффективные пути ее удовлетворения.</p>	<p>Перечень вопросов для письменного опроса: 1. Маркетинг персонала: цели, уровни, виды, функции и направления деятельности. 2. Основные этапы маркетинговой деятельности в области персонала. 3. Внешние и внутренние факторы, влияющие на маркетинг персонала. 4. Влияние организационной культуры на формирование и функционирование маркетинга персонала. 5. Роль и место маркетинга персонала в управлении наймом персонала. 6. Кадровые структуры как производственные подразделения по обеспечению организации персоналом. 7. Кадровые структуры как сервисные подразделения для клиентов (сотрудников и руководства организаций). Их роль и значение. 8. Разработка профессиональных требований к персоналу. 9. Требования к должности и определение стандарта кандидата. 10. Должностные инструкции и их значение. 11. Планирование потребности в персонале: роль, задачи, методы и технологии. 12. Методы определения потребностей в персонале. 13. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.</p> <p>Перечень тем для самостоятельной работы: 1. Место маркетинга персонала в системе наук о персонале. 2. Маркетинг персонала как разновидность управленческой деятельности. 3. Принципы и закономерности маркетинга персонала.</p>

4. Уровни формирования маркетинга персонала.
5. Виды и функции маркетинга персонала.
6. Модели микс-маркетинга персонала.
7. Роль имиджа организации в формировании ее бренда как работодателя.
8. Факторы формирования имиджа фирмы.
9. Методики оценки имиджа организации.
10. Разработка профессиональных требований к персоналу.
11. Сущность описания рабочего места.
12. Формы проведения анализа рабочих мест.
13. Содержание и структура профессиограммы.
14. Должностная инструкция и ее структура.
15. Кадровое планирование и его сущность.
16. Методы определения потребности в персонале.
17. Проблемы текучести кадров.
18. Конфликтные зоны при планировании персонала.

Вопросы выносимые на промежуточный контроль

- 1.«Маркетинг персонала» как научная дисциплина и ее связь с другими предметами.
- 2.Первичные факторы, способствовавшие формированию концепции маркетинга персонала.
- 3.Направления маркетинговой деятельности в области персонала.
- 4.Общее понятие маркетинга персонала.
- 5.Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности.
- 6.Сущность и цели маркетинга персонала.
- 7.Основные принципы маркетинга персонала.
- 8.Уровни формирования маркетинга персонала.
- 9.Виды маркетинга персонала.
- 10.Основные функции маркетинга персонала.
- 11.Внешние и внутренние факторы, влияющие на маркетинг персонала.
- 12.Основные этапы маркетинговой деятельности в области персонала.
- 13.Характеристика моделей маркетинга-микс персонала.
- 14.Стратегия организации и маркетинг персонала.
- 15.Влияние организационной культуры на формирование и функционирование маркетинга персонала.
- 16.Маркетинг персонала и внешний рынок труда.
- 17.Организация маркетинга персонала на федеральном, региональном и локальном рынках труда.
- 18.Роль и место маркетинга персонала в управлении наймом персонала.
- 19.Кадровые службы и их роль в решении задач по обеспечению организации персоналом.
- 20.Задачи менеджера при комплектовании кадров.
- 21.Сущность маркетинговой работы по выбору путей покрытия потребности в персонале.

		<p>22.Методы и способы поиска работы. 23.Принципы, критерии и методы набора персонала. 24.Комплектование персонала за счет внешних источников. 25.Активные и пассивные методы комплектования персонала за счет внешних источников. 26.Комплектование персонала за счет внутренних источников. 27.Оформление и продвижение внутрифирменных вакансий. 28.Посредничество в комплектовании организаций персоналом. 29.Характеристика негосударственных структур, занимающихся обеспечением потребностей организаций в работниках. 30.Подбор и предоставление временного персонала. 31.Аутстаффинг в системе кадровых услуг. 32.Аутсорсинг как стратегия управления. 33.Аутплейсмент как инструмент сохранения занятости высвобождаемого персонала. 34.Определение потребности в персонале. 35.Кадровое планирование в организации: сущность, цели, задачи. 36.Факторы, влияющие на планирование потребности в персонале. 37.Связь планирования персонала с общей системой планирования в организации. 38.Методы определения потребностей в персонале.</p>
Владеть	<p>Решать усложненные задачи на основе приобретенных знаний и умений, в том числе применение их в нетипичных ситуациях: - методами разработки и реализации стратегий управления персоналом.</p>	<p>Ситуационная задача № 1. Вспомните ситуацию из своей жизни, когда Вам нужно было сделать кому-либо подарок. Подумайте и опишите, можно ли считать этот Ваш поступок сделкой или обменом, какие потребности Вы планировали удовлетворить совершая это действие. Насколько Вам удалось достигнуть желаемой цели.</p> <p>Перечень тем для самостоятельной работы: 1.Задачи менеджера при комплектовании кадров. 2.Сущность маркетинговой работы по выбору путей покрытия потребности в персонале. 3.Методы и способы поиска работы. 4.Принципы, критерии и методы набора персонала. 5.Комплектование персонала за счет внешних источников.</p> <p>Вопросы выносимые на промежуточный контроль: 39.Методы планирования трудовых ресурсов. 40.Конфликтные потенциалы при планировании персонала. 41.Планирование количественной и качественной потребности в персонале. 42.Определение условий найма. 43.Задачи и сущность определения и описания рабочего места (штатной должности). 44.Методы проведения анализа рабочих мест. 45.Требования к должности и определение стандарта кандидата. 46.Профессиограмма и ее структура.</p>

		<p>47. Должностная инструкция, ее назначение и порядок разработки.</p> <p>48. Профессиональный отбор персонала и его цели.</p> <p>49. Основные методы оценки трудовых ресурсов организации.</p> <p>50. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала.</p> <p>51. Структура расходов на персонал.</p> <p>52. План затрат на персонал, его назначение, содержание и этапы разработки.</p> <p>53. Основные и дополнительные затраты на персонал и их характеристика.</p> <p>54. Методы снижения расходов на персонал.</p> <p>55. Профессиональное развитие работников и его влияние на обеспеченность кадрами организаций.</p> <p>56. Сущность профессионального развития персонала.</p> <p>57. Механизм профессионально-квалификационного развития персонала.</p> <p>58. Роль дополнительного профессионального образования в развитии персонала.</p> <p>59. Цель работы с кадровым резервом в системе маркетинга персонала.</p> <p>60. Основные этапы работы с кадровым резервом.</p> <p>61. Основные этапы развития карьеры.</p> <p>62. Система управления карьерой в организации.</p> <p>63. Виды и элементы контроля маркетинга персонала.</p> <p>64. Контроль маркетинга персонала: функции, принципы и формы.</p> <p>65. Методы определения результативности мероприятий, связанных с маркетингом персонала.</p> <p>66. Вербовочная информация и ее элементы.</p> <p>67. Реклама и ее роль в осуществлении маркетинга персонала.</p> <p>68. Связь с общественностью и маркетинг персонала.</p> <p>69. Связь с общественностью в системе маркетинга персонала.</p> <p>70. PR – технологии и их применение в маркетинге персонала.</p> <p>71. Информационные технологии в маркетинге персонала.</p> <p>72. Интернет и его роль в системе обеспечения организации персоналом.</p> <p>73. Сущность и содержание самомаркетинга персонала.</p> <p>74. Конкурентоспособность работника и ее характеристики.</p> <p>75. Этапы формирования стратегии конкурентоспособности работников.</p>
	<p>Знать</p>	<p>Воспроизводить и объяснять учебный материал с требуемой степенью точности и полноты:</p> <p>- бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом.</p> <p>Перечень вопросов для устного опроса:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Когда были проведены первые оценки стоимости человеческого капитала? 2. Основные методы оценки трудовых ресурсов. 3. Основные статьи расходов, связанные с работой персонала. Структура расходов на персонал. 4. Основные и дополнительные затраты на персонал. 5. Какие затраты относятся к добровольным социальным взносам? 6. Факторы влияния на процесс планирования затрат на персонал. 7. Основные этапы работы службы персонала по составлению плана затрат на персонал. 8. Параметры, включаемые в первоначальные издержки. 9. Структура восстановительных издержек.

10. Методы снижения расходов на персонал.
- 11.** Сущность маркетинговой работы по выбору путей покрытия потребности в персонале.
12. Активные и пассивные методы комплектования персонала за счет внешних источников.
13. Организация маркетинга персонала на федеральном, региональном и локальном рынках труда.
14. Характеристика негосударственных структур, занимающихся обеспечением потребностей организаций в работниках.
15. Аутсорсинг, лизинг персонала, их роль в обеспечении персоналом организаций.
16. Методы набора персонала из внутреннего источника организации.
17. Профессиональное развитие работников и его влияние на обеспеченность кадрами организаций.
18. Профессиональный отбор персонала и его цели.
19. Вербовочная информация и ее элементы.
20. Связь с общественностью и маркетинг персонала.
21. Реклама: её сущность и задачи в области маркетинга персонала.
22. Принципы, критерии и методы набора персонала.
23. Кадровые службы и их роль в решении задач по обеспечению организации квалифицированным и конкурентоспособным персоналом.
24. Сущность и содержание самомаркетинга.
25. Основные факторы конкурентоспособности работников.
26. Этапы формирования стратегии конкурентоспособности работников.
27. Методы и способы поиска работы.
28. Сущность профессионального развития персонала.
29. Механизм профессионально-квалификационного развития персонала.
30. Роль дополнительного профессионального образования в развитии персонала.
31. Цель работы с кадровым резервом в системе маркетинга персонала.
32. Основные этапы работы с кадровым резервом.
33. Система управления карьерой в организации.
34. Основные этапы развития карьеры.
35. Виды и элементы контроля маркетинга персонала.
36. Формы и функции контроля маркетинга персонала.
37. Взаимосвязь между формами контроля и видами ошибок в планировании и реализации маркетинга персонала.
38. Характеристика основных подходов к контролю маркетинга персонала.
39. Аудит маркетинга персонала как мера выявления результативности маркетинговых мероприятий.
40. Контроллинг маркетинга персонала как оценка эффективности процесса управления маркетинговыми мероприятиями.
- 41.** Методы определения результативности мероприятий, связанных с маркетингом персонала.

Перечень тем для самостоятельной работы:

1. Цели и задачи маркетинга персонала.
2. Основные принципы и методы маркетинга персонала.
3. Уровни формирования маркетинга персонала.
4. Виды маркетинга персонала.
5. Технологии маркетинга персонала.
6. Основные методы оценки человеческих ресурсов.
7. Структура издержек на персонал.
8. Факторы влияющие на процесс планирования затрат на персонал.
9. Стадии работы службы персонала по составлению плана затрат на человеческие ресурсы.
10. Методы снижения затрат на персонал.
11. Маркетинговая деятельность по выбору путей покрытия потребности в персонале.
12. Активные и пассивные методы комплектования персонала за счет внешних и внутренних источников.
13. Аутсорсинг и лизинг персонала как методы удовлетворения потребностей организаций в кадрах.
14. Методы подбора персонала из внутрифирменных источников.
15. Профессиональные ориентация и отбор персонала.
16. Принципы и способы подбора персонала.
17. Значение кадровых служб в процессе обеспечения организации персоналом.
18. Стадии формирования конкурентоспособности работников.
19. Формы и методы поиска работы.
20. Сущность и функции профессионального развития персонала.
21. Формы профессионально-квалификационного развития персонала.
22. Основные этапы работы с кадровым резервом.
23. Система управления трудовой карьерой работников.
24. Сущность и элементы контроля маркетинга персонала.
25. Формы и функции контроля маркетинга персонала.
26. Подходы к контролю маркетинга персонала.
27. Аудит маркетинга персонала.
28. Контроллинг маркетинга персонала.

Задания в тестовой форме:

Тестовое задание № 11

Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством ...

- а) обмена;
- б) продажи;
- в) купли;
- г) отъема.

Тестовое задание № 12

Понятие «маркетинг персонала» можно трактовать как:

- а) вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале, возможность повысить или изменить квалификацию работников;
- б) совокупность целей, задач и принципов, определяющих тактику и стратегию управления персоналом;
- в) вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей сторон в процессе их трудовых отношений путем эквивалентного обмена в различных формах.

Тестовое задание № 13

Маркетинг персонала - это понимание требований и запросов кандидата, самоформирование потенциальных кандидатов, проведение сегментирования рабочей силы и ...

- а) воздействие на субъективное восприятие;
- б) воздействие на объективное восприятие;
- в) воздействие на психологическое восприятие;
- г) воздействие на социальное восприятие.

Тестовое задание № 14

Маркетинг персонала означает, что организация в каждом своем сотруднике видит...

- а) рабочую силу;
- б) клиента;
- в) человеческий капитал;
- г) ресурс производства.

Тестовое задание № 15

К факторам формирования технологий маркетинга не относится:

- а) переоценка ценностей;
- б) выбор цели;
- в) демографические факторы;
- г) односторонний подход к выбору профессии и места работы;
- д) новый профиль рабочего места;
- е) недостаток специалистов и руководителей.

Тестовое задание № 16

Какие из перечисленных целей не относятся к целям маркетинга персонала?

- а) деловые;
- б) формальные;
- в) функциональные;
- г) специальные.

Тестовое задание № 17

Какой из перечисленных уровней не относится к уровням формирования маркетинга персонала:

- а) стратегический;
- б) оперативный;

в) текущий.

Тестовое задание № 18

Укажите, какой из перечисленных видов не относится к видам маркетинга персонала:

- а) внешний;
- б) внутренний;
- в) смешанный;
- г) интегрированный.

Тестовое задание № 19

Маркетинговые средства – это...

- а) товар (product),
- б) цена (price),
- в) место (place) продажи,
- г) стимулирование (promotion) продаж.
- д) производство

Тестовое задание № 20

Направления маркетинговой деятельности в области персонала – это...

- а) разработка профессиональных требований к персоналу;
- б) определение количественной и качественной потребности в персонале;
- в) расчет затрат на приобретение и использование персонала;
- г) выбор источников и путей покрытия потребностей в персонале;
- д) формирование кадровой политики организации;
- е) управление конфликтами;
- ж) разработка системы мотивации;
- з) проектирование структуры организации.

Вопросы выносимые на промежуточный контроль:

1. Методы планирования трудовых ресурсов.
2. Конфликтные потенциалы при планировании персонала.
3. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.
4. Определение условий найма.
5. Задачи и сущность определения и описания рабочего места (штатной должности).
6. Методы проведения анализа рабочих мест.
7. Требования к должности и определение стандарта кандидата.
8. Профессиограмма и ее структура.
9. Должностная инструкция, ее назначение и порядок разработки.
10. Профессиональный отбор персонала и его цели.
11. Основные методы оценки трудовых ресурсов организации.
12. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала.
13. Структура расходов на персонал.

		<p>14. План затрат на персонал, его назначение, содержание и этапы разработки. 15. Основные и дополнительные затраты на персонал и их характеристика. 16. Методы снижения расходов на персонал. 17. Профессиональное развитие работников и его влияние на обеспеченность кадрами организаций. 18. Сущность профессионального развития персонала. 19. Механизм профессионально-квалификационного развития персонала. 20. Роль дополнительного профессионального образования в развитии персонала. 21. Цель работы с кадровым резервом в системе маркетинга персонала. 22. Основные этапы работы с кадровым резервом. 23. Основные этапы развития карьеры. 24. Система управления карьерой в организации. 25. Виды и элементы контроля маркетинга персонала. 26. Контроль маркетинга персонала: функции, принципы и формы. 27. Методы определения результативности мероприятий, связанных с маркетингом персонала. 28. Вербовочная информация и ее элементы. 29. Реклама и ее роль в осуществлении маркетинга персонала. 30. Связь с общественностью и маркетинг персонала. 31. Связь с общественностью в системе маркетинга персонала. 32. PR – технологии и их применение в маркетинге персонала. 33. Информационные технологии в маркетинге персонала. 34. Интернет и его роль в системе обеспечения организации персоналом. 35. Сущность и содержание самомаркетинга персонала. 36. Конкурентоспособность работника и ее характеристики. 37. Этапы формирования стратегии конкурентоспособности работников.</p>
<p>Уметь</p>	<p>Решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решений: - разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и осуществлять программы по их адаптации.</p>	<p>Перечень вопросов для письменного опроса: 1. Денежная оценка трудовых ресурсов организации. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала. 2. Задачи менеджера при комплектовании кадров. 3. Комплектование персонала за счет внешних источников. 4. Комплектование персонала за счет внутренних источников. 5. Посредничество в комплектовании организаций персоналом. 6. Маркетинг персонала и внешний рынок труда. 7. Реклама и ее роль в осуществлении маркетинга персонала. 8. Связь с общественностью в системе маркетинга персонала. 9. PR – технологии и их применение в маркетинге персонала. 10. Информационные технологии в маркетинге персонала. 11. Интернет и его роль в системе обеспечения организации персоналом. 12. Сущность и содержание самомаркетинга персонала. 13. Конкурентоспособность работника и ее характеристики.</p>

Перечень тем для самостоятельной работы:

1. Основные методы оценки человеческих ресурсов.
2. Структура издержек на персонал.
3. Факторы влияющие на процесс планирования затрат на персонал.
4. Стадии работы службы персонала по составлению плана затрат на человеческие ресурсы.
5. Методы снижения затрат на персонал.
6. Маркетинговая деятельность по выбору путей покрытия потребности в персонале.
7. Активные и пассивные методы комплектования персонала за счет внешних и внутренних источников.
8. Аутсорсинг и лизинг персонала как методы удовлетворения потребностей организаций в кадрах.
9. Методы подбора персонала из внутрифирменных источников.
10. Профессиональные ориентация и отбор персонала.
11. Принципы и способы подбора персонала.
12. Значение кадровых служб в процессе обеспечения организации персоналом.
13. Стадии формирования конкурентоспособности работников.
14. Формы и методы поиска работы.

Вопросы, выносимые на промежуточный контроль

1. Методы планирования трудовых ресурсов.
2. Конфликтные потенциалы при планировании персонала.
3. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.
4. Определение условий найма.
5. Задачи и сущность определения и описания рабочего места (штатной должности).
6. Методы проведения анализа рабочих мест.
7. Требования к должности и определение стандарта кандидата.
8. Профессиограмма и ее структура.
9. Должностная инструкция, ее назначение и порядок разработки.
10. Профессиональный отбор персонала и его цели.
11. Основные методы оценки трудовых ресурсов организации.
12. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала.
13. Структура расходов на персонал.
14. План затрат на персонал, его назначение, содержание и этапы разработки.
15. Основные и дополнительные затраты на персонал и их характеристика.
16. Методы снижения расходов на персонал.
17. Профессиональное развитие работников и его влияние на обеспеченность кадрами организаций.
18. Сущность профессионального развития персонала.
19. Механизм профессионально-квалификационного развития персонала.

			<p>20. Роль дополнительного профессионального образования в развитии персонала. 21. Цель работы с кадровым резервом в системе маркетинга персонала. 22. Основные этапы работы с кадровым резервом. 23. Основные этапы развития карьеры. 24. Система управления карьерой в организации. 25. Виды и элементы контроля маркетинга персонала. 26. Контроль маркетинга персонала: функции, принципы и формы. 27. Методы определения результативности мероприятий, связанных с маркетингом персонала. 28. Вербовочная информация и ее элементы. 29. Реклама и ее роль в осуществлении маркетинга персонала. 30. Связь с общественностью и маркетинг персонала. 31. Связь с общественностью в системе маркетинга персонала. 32. PR – технологии и их применение в маркетинге персонала. 33. Информационные технологии в маркетинге персонала. 34. Интернет и его роль в системе обеспечения организации персоналом. 35. Сущность и содержание самомаркетинга персонала. 36. Конкурентоспособность работника и ее характеристики. 37. Этапы формирования стратегии конкурентоспособности работников.</p>
Владеть		<p>Решать усложненные задачи на основе приобретенных знаний и умений, в том числе применение их в нетипичных ситуациях: - методами планирования численности и профессионального состава персонала в соответствии со стратегическими планами организации.</p>	<p>Ситуационная задача № 2. Используя Интернет-материалы или данные предприятия, на котором Вы работаете или проходили практику, опишите позитивные и негативные проявления имиджа компании как работодателя, основываясь на базовых критериях оценки имиджа организации.</p> <p>Перечень тем для самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Активные и пассивные источники комплектования персонала за счет внешних источников. 2. Комплектование персонала за счет внутренних источников. 3. Оформление и продвижение внутрифирменных вакансий. 4. Посредничество в комплектовании организаций персоналом. 5. Характеристика негосударственных структур, занимающихся обеспечением потребностей организаций в работниках. <p>Вопросы, выносимые на промежуточный контроль:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методы планирования трудовых ресурсов. 2. Конфликтные потенциалы при планировании персонала. 3. Планирование количественной и качественной потребности в персонале. 4. Определение условий найма. 5. Задачи и сущность определения и описания рабочего места (штатной должности). 6. Методы проведения анализа рабочих мест. 7. Требования к должности и определение стандарта кандидата.

- | | | |
|--|--|--|
| | | <ol style="list-style-type: none">8. Профессиограмма и ее структура.9. Должностная инструкция, ее назначение и порядок разработки.10. Профессиональный отбор персонала и его цели.11. Основные методы оценки трудовых ресурсов организации.12. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала.13. Структура расходов на персонал.14. План затрат на персонал, его назначение, содержание и этапы разработки.15. Основные и дополнительные затраты на персонал и их характеристика.16. Методы снижения расходов на персонал.17. Профессиональное развитие работников и его влияние на обеспеченность кадрами организаций.18. Сущность профессионального развития персонала.19. Механизм профессионально-квалификационного развития персонала.20. Роль дополнительного профессионального образования в развитии персонала.21. Цель работы с кадровым резервом в системе маркетинга персонала.22. Основные этапы работы с кадровым резервом.23. Основные этапы развития карьеры.24. Система управления карьерой в организации.25. Виды и элементы контроля маркетинга персонала.26. Контроль маркетинга персонала: функции, принципы и формы.27. Методы определения результативности мероприятий, связанных с маркетингом персонала.28. Вербовочная информация и ее элементы.29. Реклама и ее роль в осуществлении маркетинга персонала.30. Связь с общественностью и маркетинг персонала.31. Связь с общественностью в системе маркетинга персонала.32. PR – технологии и их применение в маркетинге персонала.33. Информационные технологии в маркетинге персонала.34. Интернет и его роль в системе обеспечения организации персоналом.35. Сущность и содержание самомаркетинга персонала.36. Конкурентоспособность работника и ее характеристики.37. Этапы формирования стратегии конкурентоспособности работников. |
|--|--|--|

7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

Оценивание знаний, умений и навыков, формируемых при изучении учебной дисциплины, осуществляется в процессе текущей и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация проводится в течение периода обучения, отведенного на изучение учебной дисциплины, и включает контроль формирования компетенций в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающегося.

Промежуточная аттестация. Промежуточной аттестацией завершается изучение дисциплины. Промежуточная аттестация проводится согласно расписанию зачетно-экзаменационной сессии. До аттестации не допускаются студенты, не сдавшие текущую аттестацию.

Промежуточная аттестация, проводимая в виде зачета, может быть выставлена без дополнительных проверок, по результатам текущего контроля сформированности знаний, умений и навыков у обучающихся на практических, в том числе в интерактивной форме, и лабораторных занятиях. Фамилии студентов, получивших зачет разрешается объявлять только в день проведения зачета и до его начала.

Для проведения **текущей аттестации** используются следующие виды оценочных средств:

- опросы: устный и/или письменный опрос;
- решение заданий в тестовой форме;
- ситуационные задачи.

Решение заданий в тестовой форме и ситуационные задачи могут использоваться и при проведении **промежуточной аттестации**.

Опросы. Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения задачи. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Вопросы для опроса формулируются с выделением конкретной проблемы, позволяющей раскрыть ее за отведенное время (10-15 мин.). Критериями оценки письменных опросов является точность формулировок, обоснованность суждений, опора на общепринятые термины, формулировки и закономерности изучаемой дисциплины.

Решение заданий в тестовой форме проводится в течение семестра.

Не менее, чем за одну неделю до тестирования, преподаватель должен определить студентам исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будет проводиться проверка, какие теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) необходимо использовать для подготовки. При прохождении тестирования пользоваться интернетом и учебной литературой, а также конспектами, запрещается.

Ситуационные задачи – это способ повысить интерес учащихся к изучаемому предмету. Кроме того, они позволяют интегрировать знания, полученные в процессе изучения разных предметов. Умело составленные ситуационные задачи могут выступать в качестве ресурса развития мотивации учащихся к познавательной деятельности.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОМУ СОСТАВУ

Лекционные занятия составляют основу теоретического обучения и дают систематизированные основы знаний по дисциплине, раскрывают состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрируют внимание обучающихся на наиболее проблемных во-

просах темы, стимулируют познавательную деятельность студентов и способствуют развитию их творческого мышления.

Главная задача лекционного курса – сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение будущими специалистами основополагающего учебного материала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.

Основные функции лекций:

- познавательно-обучающая;
- развивающая;
- ориентирующе-направляющая;
- активизирующая;
- воспитательная;
- организующая;
- информационная.

Выполнение **практических заданий** служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ изучаемой дисциплины, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий. Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий.

Формы проведения практических занятий:

Проведение дискуссии. Дискуссия - это всестороннее обсуждение спорного вопроса в публичном собрании, в частной беседе, споре, т.е. заключается в коллективном обсуждении какого-либо вопроса, проблемы или сопоставлении информации, идей, мнений, предложений. Цели проведения дискуссии могут быть очень разнообразными: обучение, тренинг, диагностика, преобразование, изменение установок, стимулирование творчества и др. Дискуссия требует устного изложения изученного материала, строится как беседа-диалог студентов и преподавателя, объяснение, чтение определённых выборочных фрагментов текстов, в том числе и первоисточников. Проводится, в основном, на первых этапах обучения, когда требуется систематизация и уточнение приобретаемых знаний.

Метод развивающейся кооперации. Для него характерна постановка задач, которые трудно выполнить в индивидуальном порядке и для которых нужна кооперация, объединение обучающихся с распределением внутренних ролей в группе. Для решения проблемы, данной преподавателем, создаются группы учащихся из 6–8 человек. Группа формируется так, чтобы в ней был «лидер», «генератор идей», «функционер», «оппонент», «исследователь». Смена лидера происходит через каждые два-три практических занятия, что стимулирует развитие организаторских способностей у обучающихся. Творческие группы могут быть постоянными и временными. Они по-

движны, т.е. разрешается переходить из одной группы в другую, общаться с членами других групп. После того, как каждая группа предложит свой вариант решения, начинается дискуссия, в ходе которой группы через своих представителей должны доказать истинность своего варианта решения. При этом обучающиеся должны проявить эрудицию, логические, риторические навыки и т.п. Если имеющихся знаний недостаточно, преподаватель прерывает дискуссию и дает нужную информацию в лекционной форме.

Метод коллективного анализа ситуации - заключается в том, что в процессе обучения студенты и преподаватель участвуют в непосредственном рассмотрении и обсуждении проблемных ситуаций, взятых из профессиональной практики. При данном методе обучения студент (группа студентов) самостоятельно принимают оптимальное решение и обосновывают его. Достоинство метода состоит в том, что в процессе решения конкретной ситуации участники обычно действуют по аналогии с реальной практикой, то есть используют свой опыт, применяют в учебной ситуации те способы, средства и критерии анализа, которые были ими приобретены в процессе обучения.

Ситуационные задачи, суть которых состоит в том, чтобы не только активизировать у студента предметные теоретические знания, связанные с темой изучаемого блока, но и перенести эти знания в типичную профессиональную ситуацию, должны преследовать конкретные профессиональные задачи.

Ситуационные задачи – это задачи, позволяющие студенту осваивать интеллектуальные операции последовательно в процессе работы с информацией: ознакомление – понимание – применение – анализ – синтез – оценка.

Специфика ситуационной задачи заключается в том, что она носит ярко выраженный практико-ориентированный характер, но для ее решения необходимо конкретное предметное знание. Зачастую требуется знание нескольких учебных предметов. Ситуационные задачи близки к проблемным и направлены на выявление и осознание способа деятельности.

Примерная методика проведения занятия с использованием данного метода включает в себя следующие этапы:

1-й этап: введение в изучаемую проблему, актуальность темы, постановка задач преподавателем;

2-й этап: учебная группа делится на несколько подгрупп, устанавливается время и режим самостоятельной работы;

3-й этап: групповая работа над ситуацией, групповая дискуссия;

4-й этап: после выступлений представителей подгрупп начинается общая дискуссия и выбирается наилучшее решение для данной ситуации;

5-й этап: итоговая беседа, преподаватель обращает внимание на круг знаний и навыков, необходимых для их решения, рекомендует литературу для самостоятельной работы.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить обучающимся умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебные издания для бакалав-

ров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02354-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452888>

Маркетинг персонала : практикум / Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет», Министерство образования и науки Российской Федерации ; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089>

Шестакова, Е.В. Планирование кадров : учебное пособие / Е.В. Шестакова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2013. - 169 с. : табл., схем. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270268>

8.2. Дополнительная литература

Новаторов, В.Е. Персональный маркетинг : монография / В.Е. Новаторов. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 280 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6004-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430606>

Шапиро, С.А. Управление персоналом как вид предпринимательской деятельности / С.А. Шапиро, А.Я. Шапиро. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 340 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3669-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272163>.

Бабковская, В.Н. Розничный персонал от А до Я / В.Н. Бабковская. - 2-е изд. - Москва-Вологда : Инфра-Инженерия, 2016. - 352 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-9729-0129-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444426>

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Ресурсы специализированной литературы по маркетингу персонала

Вестник ассоциации менеджеров (www.vam.amr.ru);

Вопросы экономики (www.vopreco.ru);

Кадровый менеджмент (www.magazine.hrm.ru);

Персонал (www.buh.kz);

Управление персоналом (www.top-personal.ru);

Человек и труд (www.chelt.ru);

Федеральная служба по труду и занятости (www.rostrud.info);

Административно-управленческий портал (www.aup.ru);

Нормативно-правовая база данных (www.kodeks.net);

Служба тематических толковых словарей (www.glossary.ru);

Работа и зарплата (www.zarplata.ru);

Оплата труда и мотивация персонала (www.wages.com);

Всемирная федерация ассоциаций по управлению персоналом (WFPMA - www.wfpma.com);

Европейская ассоциация по управлению персоналом (ЕАРМ - www.eapm.org);

Каталог зарубежных HR Интернет-ресурсов (www.hr-guide.com);

Международная организация труда (www.ilo.ru);

Международный портал по управлению персоналом (www.hrmguide.net);

2. Поисковые системы: Yandex, Google, Mail.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение учебного материала, после занятий и во время специально организуемых консультаций он может задать преподавателю интересующие его вопросы. Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день.

Подготовка к практическим занятиям

Студент должен четко уяснить, что именно с лекции начинается его подготовка к практическому занятию. Вместе с тем, лекция лишь организует мыслительную деятельность, но не обеспечивает глубину усвоения программного материала.

При подготовке к практическому занятию можно выделить 2 этапа:

1-й - организационный,

2-й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к семинару рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

В начале практического занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные явления и факты. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для решения практических задач.

Методические рекомендации по самостоятельной работе над изучаемым материалом

Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, зачетам, экзаменам; выполнение курсовых работ. Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Как работать с рекомендованной литературой

При работе с текстом целесообразно сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить

смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. Чтение должно сопровождаться записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др.

Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его конспектировать.

План – это схема прочитанного материала, краткий перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Как работать над конспектом после лекции

Самостоятельную работу следует начинать с доработки конспекта. С целью доработки необходимо в первую очередь прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить опiski, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополнения и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект.

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используется при подготовке к практическому занятию. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу всех утверждений и формул, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы, предложенные в конце лекции преподавателем или помещенные в рекомендуемой литературе. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Непременным условием глубокого усвоения учебного материала является знание основ, на которых строится изложение материала. Обычно преподаватель напоминает, какой ранее изученный материал и в какой степени требуется подготовить к очередному занятию. Эта рекомендация, как и требование систематической и серьезной работы над всем лекционным курсом, подлежит безусловному выполнению. Из-за потери логической связи как внутри темы, так и между ними материал учебной дисциплины перестает восприниматься, а творческий труд подменяется утомленным переписыванием. Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов под руководством преподавателя

Самостоятельная работа студентов (СРС) под руководством преподавателя является составной частью «самостоятельная работа студентов», принятого в высшей школе. СРС под руководством преподавателя представляет собой вид занятий, в ходе которых студент, руководствуясь методической и специальной литературой, а также указаниями преподавателя, самостоятельно выполняет учебное задание, приобретая и совершенствуя при этом знания, умения и навыки практической деятельности. При этом взаимодействие студента и преподавателя приобретает вид сотрудничества: студент получает непосредственные указания преподавателя об организации своей самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию руководства через консультации и контроль.

Познавательная деятельность студентов при выполнении самостоятельных работ данного вида заключается в накоплении нового для них опыта деятельности на базе усвоенного ранее формализованного опыта (опыта действий по известному алгоритму) путем осуществления переноса знаний, умений и навыков. Суть заданий работ этого вида сводится к поиску, формулированию и реализации идей решения. Самостоятельная работа данного вида должна выдвигать требования анализа незнакомых студентам ситуаций и генерирования новой информации для выполнения задания.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

- Microsoft Office (Access, Excel, Power Point, Word и т.д.)
- Локальная сеть Академии «Инtranет»

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

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
Аудитория для занятий лиц с ограниченными возможностями здоровья.

См. Приложение № 2 к ОПОП «Справка о материально-техническом обеспечении основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом.