

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 02.07.2024 16:18:36
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет

Факультет государственной службы и управления

Кафедра

Управления персоналом и экономики труда

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

_____ Л.Н. Костина

27.04.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.14

"Маркетинг персонала"

38.03.03 Управление персоналом

Профиль "Управление персоналом организации и государственной службы"

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

2 ЗЕТ

Год начала подготовки по учебному плану

2024

Составитель(и):

канд. экон. наук, доцент

_____ Петенко А.В.

Рецензент(ы):

канд. техн. наук, доцент

_____ Смирнов С.Н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Маркетинг персонала" разработана в соответствии с:

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 № 955);

Образовательным стандартом по направлению подготовки высшего образования 38.03.03 Управление персоналом (приказ ФГБОУ ВО "РАНХиГС" от 29.03.2021 г. № 01-3047).

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана 38.03.03 Управление персоналом
Профиль "Управление персоналом организации и государственной службы", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2024 протокол № 12.

Срок действия программы: 20242028

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Управления персоналом и экономики труда

Протокол от 27.04.2024 № 12

Заведующий кафедрой:

Стадник А.М.

_____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Управления персоналом и экономики труда

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой Стадник А.М.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Управления персоналом и экономики труда

Протокол от " ____ " _____ 2026 г. №__

Зав. кафедрой Стадник А.М.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Управления персоналом и экономики труда

Протокол от " ____ " _____ 2027 г. №__

Зав. кафедрой Стадник А.М.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Управления персоналом и экономики труда

Протокол от " ____ " _____ 2028 г. №__

Зав. кафедрой Стадник А.М.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
Изучение дисциплины «Маркетинг персонала» является приобретение современных знаний и навыков в маркетинговой деятельности в области персонала предприятия в современных экономических условиях.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
1. Освоение методологических основ маркетинга персонала; 2. Рассмотрение направлений маркетинговых исследований рынка труда; 3. Изучение этапов управления маркетингом персонала; 4. Определение методологических подходов к оценке эффективности маркетинга персонала; 5. Формирование системы управления маркетингом персонала в организации; 6. Знание требований к персоналу и запросов к работодателю; 7. Определение роли маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации; 8. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	
<i>1.3.1. Дисциплина "Маркетинг персонала" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Психология	
Современный менеджмент	
Социальная психология	
Основы управления персоналом	
Организационное поведение	
<i>1.3.2. Дисциплина "Маркетинг персонала" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Антикризисное управление персоналом	
Кадровый консалтинг	
Технологии кадрового рекрутинга	
Основы управленческого консультирования	
Организационная культура и мотивационное управление	
Оценка и аттестация персонала	
Формирование кадрового резерва организации	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПКс-3.7: Способен планировать и осуществлять деятельность по долговременному обеспечению организации кадрами</i>	
Знать:	
Уровень 1	основы разработки и внедрения требований к должностям;
Уровень 2	основы разработки и внедрения требований к должностям, основные показатели рынка труда;
Уровень 3	методы подбора кадров.
Уметь:	
Уровень 1	осуществлять сбор информации;
Уровень 2	анализировать показатели рынка труда;
Уровень 3	составлять карту поиска кандидатов.
Владеть:	
Уровень 1	стратегией привлечения персонала;
Уровень 2	стратегией привлечения персонала и анализом подбора, набора персонала;
Уровень 3	стратегией привлечения персонала анализом подбора, набора персонала и критериями составления портфолио.
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПКс-3.8: Разрабатывает мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и осуществлять программы по их адаптации; при планировании и осуществлении управления персоналом</i>	

показывает навыки применения на практике знаний маркетинговой концепции управления и ее применение в управлении персоналом

Знать:	
Уровень 1	принципы отбора персонала;
Уровень 2	стратегию отбора персонала.
Уровень 3	методику привлечения и отбора персонала на предприятии.
Уметь:	
Уровень 1	разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала;
Уровень 2	осуществлять процедуры разработки инструментария маркетинга персонала;
Уровень 3	разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала.
Владеть:	
Уровень 1	методикой реализации адаптации персонала;
Уровень 2	способностью отбирать и расставлять персонал;
Уровень 3	знаниями в области высвобождения персонала.

В результате освоения дисциплины "Маркетинг персонала" обучающийся должен:

3.1	Знать:
	ПКс-3.7 Способен планировать и осуществлять деятельность по долговременному обеспечению организации кадрами
	-основы разработки и внедрения требований к должностям;
	-основы разработки и внедрения требований к должностям , основные показатели рынка труда;
	-методы подбора кадров.
	ПКс-3.8
	-принципы отбора персонала;
	-стратегию отбора персонала;
	- методику привлечения и отбора персонала на предприятии.
3.2	Уметь:
	ПКс-3.7
	-осуществлять сбор информации;
	-анализировать показатели рынка труда;
	-составлять карту поиска кандидатов.
	ПКс-3.8.
	-разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала;
	-осуществлять процедуры разработки инструментария маркетинга персонала;
	-разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала.
3.3	Владеть:
	ПКс-3.7
	стратегией привлечения персонала;
	стратегией привлечения персонала и анализом подбора,набора персонала;
	стратегией привлечения персонала анализом подбора, набора персонала и критериями составления портфолио.
	ПКс-3.8.

	-методикой адаптацией персонала;
	-способностью отбирать и расставлять персонал;
	-знаниями в области высвобождения персонала.
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Маркетинг персонала" видом промежуточной аттестации является Зачет	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Маркетинг персонала" составляет 2 зачётные единицы, 72 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Сущность и понятия маркетинга рабочей силы						
Тема 1.1. Сущность и принципы маркетинга персонала /Лек/	7	2	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 1.1. Сущность и принципы маркетинга персонала /Сем зан/	7	4	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 1.1. Сущность и принципы маркетинга персонала /Ср/	7	4	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э4 Э5	0	
Тема 1.2. Основные характеристики и принципы изучения рынка рабочей силы /Лек/	7	2	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	
Тема 1.2. Основные характеристики и принципы изучения рынка рабочей силы /Сем зан/	7	4	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1	0	

				Л3.2 Э1 Э4 Э5		
Тема 1.2. Основные характеристики и принципы изучения рынка рабочей силы /Ср/	7	4	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	
Тема 1.3. Товар " рабочая сила" в системе маркетинга /Лек/	7	2	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Товар " рабочая сила" в системе маркетинга /Сем зан/	7	4	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Товар " рабочая сила" в системе маркетинга /Ср/	7	2	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. Маркетинговые исследования рынка труда						
Тема 2.1. Управление маркетингом рабочей силы /Лек/	7	2	ПКс-3.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	
Тема 2.1. Управление маркетингом рабочей силы /Сем зан/	7	4	ПКс-3.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э3 Э5	0	
Тема 2.1. Управление маркетингом рабочей силы /Ср/	7	4	ПКс-3.7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	
Тема 2.2. Основные характеристики и принципы маркетинговых исследований /Лек/	7	2	ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	
Тема2.2. Основные характеристики и принципы маркетинговых исследований /Сем зан/	7	4	ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	
Тема2.2. Основные характеристики и принципы маркетинговых исследований /Ср/	7	2	ПКс-3.8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э4 Э5	0	
Тема 2.3. Экономическая эффективность	7	2	ПКс-3.7	Л1.1Л2.1	0	

маркетинга рабочей силы /Лек/			ПКс-3.8	Л2.2Л3.1 Л3.2 Э2 Э3 Э4		
Тема 2.3. Экономическая эффективность маркетинга рабочей силы /Сем зан/	7	4	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.3. Экономическая эффективность маркетинга рабочей силы /Ср/	7	4	ПКс-3.7 ПКс-3.8	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.4. Конкурентоспособность российской рабочей силы /Лек/	7	2	ПКс-3.8	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 2.4. Конкурентоспособность российской рабочей силы /Сем зан/	7	4	ПКс-3.8	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 2.4. Конкурентоспособность российской рабочей силы /Ср/	7	6	ПКс-3.8	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
/Конс/	7	2		Л3.1 Л3.2	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины "Маркетинг персонала" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа обучающихся (СРО) по выполнению различных видов заданий.

В процессе освоения дисциплины "Маркетинг персонала" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь с обучающимися, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Королева, Л. А.	Управление человеческими ресурсами: учебное пособие (376 с.)	Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019
Л1.2	Кузьминов, А. В.	Современные проблемы управления персоналом : учебно-методическое пособие (48 с.)	Симферополь : Университет экономики и управления, 2019
Л1.3	С. М. Степанова, Н. Ю. Челнокова, О. К. Луховская	Кадровые ресурсы. Актуальные вопросы управления : учебное пособие (146 с.)	Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2023
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Бирман Л.А.,	Управление человеческими ресурсами : учебное пособие (346 с.)	Москва : Дело, 2018
Л2.2	Новичков, В. И., Виноградова, И. М., Кошель И. С.	Управленческая экономика. Теория организации. Организационное поведение. Маркетинг : учебное пособие (132 с.)	Москва : Дашков и К, 2017
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Деева, Е. М. Курушин, Д.А.	Маркетинг услуг : учебное пособие (218 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2015
Л3.2	И. М. Ягнюк	Маркетинг и маркетинговый консалтинг : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной / заочной форм обучения (53 с.)	ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»	http://www.biblioclub.ru/	
Э2	Книги по управлению персоналом	http://www.smartcat.ru/Personnel/	
Э3	Международный центр социально-экономических исследований.	http://www.leontief.ru	
Э4	Научный журнал «Экономика и управление»	http://emj.spbume.ru/	
Э5	Национальный союз кадровиков [Электронный ресурс]: / Нац. союз кадровиков	http://www.kadrovik.ru/	
Э6			
4.3. Перечень программного обеспечения			
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:			
Использование электронных презентаций, электронного курса лекций, графических объектов; организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, скайпа; дистанционные занятия, подготовка проектов с использованием электронного офиса.			
Использование электронных презентаций, электронного курса лекций, офисных программ; организация взаимодействия с обучающимися посредством: электронной почты, видеоконференцсвязи, платформы многофункциональной системы дистанционного обучения Moodle, чатов;			

компьютерное тестирование, дистанционные занятия, подготовка проектов с использованием электронного офиса.

Организация взаимодействия с обучающимися происходит при личном взаимодействии на лекционных и семинарских занятиях, а также посредством электронной почты учебной группы (рассылка обучающимся лекционного материала, индивидуальных заданий) либо многофункциональной системы дистанционного обучения Moodle, где выложено всё обеспечение дисциплины, задания для самостоятельного решения, контрольные задания. Выполненные индивидуальные задания обучающиеся могут сдать преподавателю лично, либо отправить по почте, либо выполнять в Moodle.

Обучающийся во время самостоятельной подготовки обеспечен рабочим местом в читальном зале (компьютерном классе) с выходом в Интернет где используется лицензионное программное обеспечение:

Операционная система «Windows 8.1 Профессиональная»;

ПО «Microsoft Office 2010»;

Интернет браузеры «Mozilla» «Firefox», «Internet Explore»;

ПО «Антивирус Касперского».

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-sovet.su/>

Главбух ДНР: Электронно-информационное издание [Электронный ресурс] –Режим доступа: <http://gb-dnr.com/>

Государственная информационная система нормативных правовых актов Донецкой Народной Республики: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gisnra-dnr.ru/>

ДНР консалтинг: Электронно-информационное издание [Электронный ресурс] –Режим доступа: <http://dnr-consulting.com/>

Законодательство ДНР. Отчетность, формы и бланки: Электронно-информационное издание [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://da-info.pro/documents/nalogi-i-hozajstvennaa-deatelnost>

TAX CONSULT. Бухгалтерия Донецк: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.taxconsult.pro>

Бухгалтер 911: бухгалтерский портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://buhgalter911.com/>

Все о бухгалтерском учёте: профессиональная газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vobu.com.ua>

Дебет-кредит: бухгалтерский портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dtk.com.ua/>

Международный бухгалтерский учёт: научный журнал [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/journal/n/mezhdunarodnyu-buhgalterskiy-uchet>

eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека.- Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Методология бухгалтерского учёта от Риммы Грачёвой: авторский сайт [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://buhlabaz.ru/>

Портал дистанционного обучения ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elearn.donampa.ru/course/view.php?id=831>

Сборник научных работ ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» ; Серия: «Финансы. Учет. Аудит» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dsum2.esrae.ru/>

Учебно-методические материалы ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unilib.dsum.internal/>

The Institute of Accounting, Control and Analysis in the Globalization Circumstances: International Scientific Journal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/16394>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При изучении дисциплины используются лекционные аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием, имеющимся в ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 303 учебный кор-пус № 6.

- комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран;

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (36), стационарная доска, выкатная доска, Windows 8.1 Professional x86/64(академическая подписка DreamSparkPremium),

LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации:

читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС") и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: AMDFX 8320/32Gb (4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10.MSWindows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MSWindowsXP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MSWindows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MSOffice 2007 RussianOLPNLAE (лицензии Microsoft№ 42638778, № 44250460), MSOffice 2010 Russian (лицензии Microsoft№ 47556582, № 49048130), MSOffice 2013 Russian (лицензии Microsoft№ 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), GrubloaderforALTLinux (лицензия GNULGPLv3), MozillaFirefox (лицензия MPL2.0), Moodle (ModularObject-OrientedDynamicLearningEnvironment, лицензия GNUGPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNUGPL), 1С ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU AfferoGeneralPublicLicense 3)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

- 1.Общее понятие маркетинга персонала.
- 2.Маркетинг персонала и его цели.
3. Функции маркетинга персонала.
4. Направления маркетинговой деятельности.
5. Основные этапы маркетинговой деятельности в области персонала.
6. Внешние и внутренние факторы, влияющие на маркетинг персонала.
7. Влияние организационной культуры на формирование и функционирование маркетинга персонала.
8. Роль и место маркетинга персонала в управлении наймом персонала.
9. Кадровые структуры как производственные подразделения по обеспечению организации персоналом.
10. Кадровые структуры как сервисные подразделения для клиентов (сотрудников и руководства организаций). Их роль и значение.
11. Разработка профессиональных требований к персоналу.
12. Требования к должности и определение стандарта кандидата.
13. Должностные инструкции и их значение.
14. Цели и задачи кадрового планирования.
15. Методы определения потребностей в персонале.
16. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.
17. Денежная оценка трудовых ресурсов организации. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала.
18. Задачи менеджера при комплектовании кадров.
19. Комплектование персонала за счет внешних и внутренних источников.
20. Посредничество в комплектовании организаций персоналом.
21. Маркетинг персонала и внешний рынок труда.
22. Реклама и ее роль в осуществлении маркетинга персонала.
23. Связь с общественностью в системе маркетинга персонала.
24. PR – технологии и их применение в маркетинге персонала.
25. Информационные технологии в маркетинге персонала.
26. Интернет и его роль в системе обеспечения организации персоналом.
27. Сущность и содержание самомаркетинга персонала.
28. Конкурентоспособность работника и ее характеристики.

5.2. Темы письменных работ

Темы рефератов

- 1.Методы стимулирования продаж, ориентированного на конечных потребителей и на торговых посредников.
- 2.Связи с общественностью (PR): значение, содержание, методы и средства.

3. Личная продажа. Процесс личной продажи: этапы и содержание.
4. Анкетирование. Правила составления анкет.
5. Культурные и социальные факторы, влияющие на совершение покупки: состав и характеристика.
6. Личностные и психологические факторы, влияющие на совершение покупки: состав и характеристика.
7. Маркетинг персонала как расширение функции производственного маркетинга.
8. Понимание маркетинга персонала в широком и в узком смысле, особенности внешнего и внутреннего маркетинга персонала.
9. Применение комплекса операционного маркетинга «4Р» в реализации маркетинговых мероприятий в области персонала организации.
10. Уровни, направления, основные принципы и этапы маркетинговой деятельности в области персонала.
11. Основное содержание аналитической, информационной и коммуникационной функций маркетинга персонала.
12. Рынок труда: определения, функции, элементы и особенности его функционирования.
13. Классификация рынков труда по признакам: пространственной протяженности, временных параметров, степени эластичности, степени развития рыночных отношений, демографическому и профессиональному, национальному.
14. Сущность, составляющие и основные типы социально-трудовых отношений.
15. Работодатель и наемный работник как субъекты взаимодействия на внутрифирменном рынке труда.
16. Составляющие и уровни системы законодательно-нормативного регулирования внутрифирменного рынка труда.
17. Особенности управления занятостью при найме, использовании и высвобождении рабочей силы на предприятии.
18. Занятость населения: социально-экономическая и правовая сущность, статусы и формы занятости, категории занятого и незанятого населения, безработица.
19. Основные этапы эволюции маркетинга персонала, основные идеи представителей, внесших свой вклад в формирование теории маркетинга персонала.
20. Кадровая политика организации: определения, цель, элементы, принципы формирования стратегии управления персоналом, процесс формирования.
21. Характеристика внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на кадровую политику организации.
22. Планирование потребности в персонале: основные этапы, факторы, лежащие в основе расчета качественной и количественной потребности в персонале.
23. Сущность основных методов расчета количественной потребности в персонале организации.
24. Подходы к определению текущей и долговременной потребности в персонале организации.
25. Сущность основных методов прогнозирования потребности в персонале организации.
26. Анализ работы (рабочего места, процесса): содержательная и процессуальная стороны, аспекты, вопросы.
27. Сущность профессиографического анализа, структура профессиограммы.
28. Наем на работу: определение, задачи, источники найма, вопросы при приеме на работу.
29. Набор персонала: цель, методы набора из внешних и внутренних источников.
30. Основное содержание этапов процесса приема на работу: детализация требований к кандидату и рабочему месту, подбор кандидатов, отбор кандидатов и собственно прием на работу.
31. Организационная культура и основные источники (факторы) ее формирования.
32. Организационная культура: определение, параметры, элементы, функции, возможность управления.
33. Критерии классификации и основные виды организационных культур.
34. Имидж организации-работодателя: виды, функции, влияние на позиционирование организации на рынке труда.
35. 1. Понятие и основные этапы технологии маркетинга персонала.
36. Определение потребности в персонале как реализация первого этапа технологии маркетинга персонала.
37. Содержание анализа привлекательности рабочего места.
38. Выбор методов анализа поведения кандидата на рынке труда.
39. Подходы и критерии сегментирования рынка кандидатов на найм.
40. Проведение анализа возможностей и намерений основных работодателей-конкурентов на рынке труда.
41. Содержание анализа поведения и притязаний активных системных партнеров на рынке труда, их влияние на выбор альтернативных действий.
42. Характеристика этапов внутреннего анализа ресурсов и способностей.
43. Формирование и реализация комплекса мероприятий целевого плана маркетинга персонала.
44. Цели, виды, составляющие и функции контроля маркетинга персонала.
45. Методика расчета экономической эффективности комплекса маркетинговых мероприятий в области персонала.

46. Комплексная оценка качества и эффективности маркетинга персонала.
47. Формирование и развитие маркетингового подхода к управлению персоналом организации.
48. Маркетинг персонала в организационной структуре службы управления персоналом организации.
49. Применение функционального подхода при управлении маркетингом персонала организации.
50. Система законодательно-нормативного регулирования маркетинга персонала организации.
51. Влияние конъюнктуры рынка на формирование требований к работникам и работодателям и сегментацию рынка труда.
52. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Маркетинг персонала" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Маркетинг персонала" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

1. Устный опрос, беседа по изучаемой теме (проводится на семинарских занятиях)
2. Ситуационные задания (решение производится на семинарских занятиях)
3. Текущий контроль (проводится на семинарском занятии по итогам изучения раздела учебной дисциплины)
4. Доклад, сообщение (обсуждение проводится на семинарских занятиях)
5. Дискуссия (проводится на семинарском занятии по итогам изучения темы учебной дисциплины)
6. Реферат (на семинарском занятии раскрываются основные аспекты темы не более 7 минут)
7. Коллоквиум (обсуждение проводится на семинарских занятиях)

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины (рекомендуемый режим и характер учебной работы, в том числе в части выполнения самостоятельной работы) – комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющий обучающимся оптимальным образом организовать процесс изучения как теоретического учебного материала дисциплины, так и подготовки к семинарским занятиям, в том числе проводимым с использованием активных технологий обучения содержатся в УМКД дисциплины.

Во время проведения семинарских занятий осуществляется текущий контроль. Его цель – проверка уровня подготовки обучающегося к выполнению конкретной работы. Текущий контроль является активной формой углубления, систематизации и закрепления знаний, полученных во время лекционных занятий и самостоятельной подготовки студентов. В ходе текущего контроля в виде устного опроса, письменного экспресс-опроса, обсуждения проблемных вопросов, тестирования, решения расчетных и выполнения ситуационных заданий и т.п. оценивается уровень усвоения программного материала, овладения обучающимся конкретными знаниями и навыками по четко обозначенной проблеме, активность его работы, старательность и творческий подход.

По итогам каждого раздела осуществляется контроль по разделу. Он проводится с целью оценки уровня

проработки обучающимся теоретического и практического материала в пределах отдельного раздела. Основная форма проведения данного вида контроля – письменное выполнение тестовых заданий. Целью такого контроля является закрепление и углубление обучающимися теоретических и практических знаний, обеспечение подготовки к семестровому (академическому) контролю, стимулирование обучающихся к активной работе на протяжении всего учебного семестра. Примерный перечень тестовых заданий к разделу приведен выше.

Семинарское занятие по дисциплине предусматривает такие формы работы обучающимся:

1. Коллоквиум
2. Контрольное задание
3. Деловая игра или ролевая игра
4. Доклад сообщение
5. Устный ответ
6. Контрольная работа

По окончании изучения раздела на последнем семинарском занятии выполняется контрольное задание по разделу.

Описание основных форм работы на семинаре:

Коллоквиум- беседа, имеющая целью доказать что либо. Проводится на определенную тему.

Контрольное задание - формой проверки оценивания знаний полученных ранее при изучении темы. Проводится как в стной так и письменной форме в виде ответов на вопросы.

Деловая игра – это моделирование, упрощенное воспроизведение реальной производственной ситуации, разделение на группы в зависимости от количества участников. Итог в деловой игре — это эффективное формирование способности к управленческой деятельности, навыков социального взаимодействия и разделения производственных функций. Производится после ответов на вопросы семинара.

Доклад сообщение – сообщение в контексте тематики семинара, тему которого избрал обучающийся и согласовал ее с преподавателем. В случае, когда обучающийся не успел выступить на семинарском занятии, для оценки качества самостоятельной работы преподавателю представляется материал для ознакомления и зачитывания этого материала как выступления.

Устный ответ на контрольный вопрос семинара выбирается по желанию преподавателя или обучающегося и должен сжато вмещать все главные аспекты проблем (как теоретические, так и практические).

Существенной формой поиска необходимого и дополнительного материала по дисциплине с целью доработки знаний, полученных во время лекций, является самостоятельная работа обучающегося. Само овладение и выяснение обучающимся рекомендованной литературы создает широкие возможности детального усвоения данной дисциплины.

Учитывая тот факт, что изучение дисциплины предусматривает кропотливую работу и содержательное обсуждение вопросов на семинарских занятиях, именно во время самостоятельной работы обучающийся углубляет понимание проблем, активизирует самостоятельный поиск, систематизирует накопленный опыт аналитико-синтетической работы, закладывает основания качественной подготовки докладов, сообщений как по собственным интересам, так и по заданию преподавателя.

По проблематике учебной дисциплины обучающимся рекомендуются следующие виды самостоятельной работы:

самостоятельное изучение и углубленная обработка разделов дисциплины, отдельных вопросов тем; изучение тем учебной дисциплины по конспекту, учебникам и специальной литературе; выполнение индивидуальных заданий (письменно); подготовка к контрольным работам и тестированию; подготовка по вопросам семинаров, выполнение НИРС, докладов, тематических сообщений.

Для качественной подготовки к семинарским занятиям по каждой теме обучающемуся нужно:

1. Усвоить лекционный материал.
2. Ознакомиться с планом семинара и рекомендованной литературой к нему.
3. При необходимости получить консультации преподавателя по вопросам, которые касаются докладов и НИРС.
4. Использовать научно-методический потенциал библиотек ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС". и других научных учреждений.

Оценивание по дисциплине осуществляется на семинарских занятиях и на экзамене преподавателем.

Выполненные задания на семинарских занятиях представляются в виде устных ответов, докладов, сообщений, ответов у доски при решении расчетных задач, ответов с места при решении ситуационных заданий (участии в деловых играх). Индивидуальное задание представляет собой научное исследование выбранной студентом или преподавателем проблемы в области управления персоналом организации, результатом которого является научная статья (тезисы к конференции, презентация). Экзамен проходит в устной форме и предполагает ответ на вопросы экзаменационного билета.

Результаты оценивания оглашаются преподавателем в конце каждого семинарского занятия и по итогам проведения зачета.