

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы
Кафедра управления персоналом и экономической теории

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института управления и
государственной службы
РГ Харьковский
(подпись)
«15» января 2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

Маркетинг персонала

(наименование учебной дисциплины, практики)

38.03.03 Управление персоналом

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Управление персоналом»

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик:
Доцент


(подпись)

Чумаченко Г. В.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры управления персоналом и
экономической теории от «14» января 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой
Управления персоналом
и экономической теории


(подпись)

Чумаченко Г.В.

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Маркетинг персонала»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ

Что является основной целью маркетинга персонала?

- А) Продвижение товаров компании
- Б) Привлечение и удержание квалифицированных сотрудников
- В) Увеличение прибыли компании
- Г) Повышение узнаваемости бренда

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

2. Выберите один правильный ответ

Какой канал поиска персонала считается наиболее эффективным для привлечения молодых специалистов?

- А) Газетные объявления
- Б) Социальные сети
- В) Рекомендации сотрудников
- Г) Кадровые агентства

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

3. Выберите один правильный ответ

Как называется процесс создания положительного образа компании как работодателя?

- А) HR-брендинг
- Б) Рекламная кампания
- В) PR-кампания
- Г) Маркетинговая стратегия

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

4. Выберите один правильный ответ

Какой метод оценки персонала позволяет наиболее объективно определить профессиональные навыки кандидата?

- А) Проверка рекомендаций
- Б) Тестирование
- В) Собеседование
- Г) Анализ резюме

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между методами маркетинга персонала и их характеристиками:

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1) Социальные сети | А) Позволяют быстро охватить широкую аудиторию молодых специалистов |
| 2) Рекомендации сотрудников | Б) Основаны на доверии к мнению действующих работников |
| 3) Кадровые агентства | В) Профессиональная помощь в подборе редких или высококвалифицированных кадров |

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

2. Установите соответствие между этапами процесса маркетинга персонала и их содержанием.

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1) Анализ потребностей | А) Определение количества и качества необходимых сотрудников |
| 2) Продвижение бренда работодателя | Б) Создание положительного образа компании для привлечения кандидатов |
| 3) Оценка результатов | В) Анализ эффективности проведенных мероприятий по привлечению персонала |

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Расположите в правильной последовательности этапы процесса подбора персонала:

- А) Размещение вакансии
- Б) Проведение собеседования
- В) Анализ резюме
- Г) Тестирование кандидатов
- Д) Принятие решения о найме

Правильный ответ: А, В, Г, Б, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

2. Укажите последовательность этапов разработки программы работодательского бренда:

- А) Определение целевой аудитории (целевых групп кандидатов)
- Б) Анализ текущего имиджа компании как работодателя
- В) Формулировка ключевых ценностей и преимуществ компании

Г) Создание контента для продвижения бренда
Д) Оценка эффективности кампании
Правильный ответ: Б, А, В, Г, Д
Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

3. Расположите в правильной последовательности этапы адаптации нового сотрудника в компании:

А) Знакомление с корпоративной культурой и ценностями
Б) Знакомство с коллегами и рабочим местом
В) Обучение специфике работы и должностным обязанностям
Г) Постановка задач на испытательный срок
Д) Проведение обратной связи по итогам адаптации
Правильный ответ: Б, А, В, Г, Д
Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

4. Укажите последовательность этапов формирования стратегии маркетинга персонала:

А) Анализ потребностей компании в персонале
Б) Определение целей маркетинга персонала
В) Выбор каналов привлечения кандидатов
Г) Разработка мероприятий для привлечения и удержания сотрудников
Д) Оценка эффективности реализованных мероприятий
Правильный ответ: А, Б, В, Г, Д
Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Заполните пропущенное слово (словосочетание):

_____ – это процесс привлечения, отбора и найма кандидатов на вакантные должности с целью удовлетворения потребностей компании в персонале.

Правильный ответ: Подбор персонала
Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

2. Заполните пропущенное слово (словосочетание):

_____ – это набор инструментов и методов, направленных на формирование положительного образа компании как работодателя для привлечения квалифицированных специалистов.

Правильный ответ: HR-брендинг
Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

3. Заполните пропущенное слово (словосочетание):

_____ – это система мероприятий, направленная на удержание ключевых сотрудников и повышение их лояльности к компании.

Правильный ответ: Удержание персонала

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

4. Заполните пропущенное слово (словосочетание):

_____ – это оценка эффективности мероприятий по привлечению персонала, включая анализ затрат и результатов.

Правильный ответ: Анализ эффективности рекрутинга

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Ответьте на вопрос:

Что такое "работодательский бренд" и какую роль он играет в маркетинге персонала?

Правильный ответ:

Работодательский бренд – это образ компании как привлекательного работодателя, формируемый через её ценности, миссию и преимущества для сотрудников. Он помогает привлекать талантливых специалистов и повышать лояльность действующих сотрудников.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

2. Ответьте на вопрос:

Какие каналы используются для продвижения вакансий при маркетинге персонала?

Правильный ответ:

Для продвижения вакансий используются такие каналы, как социальные сети, сайты по поиску работы, рекомендации сотрудников, кадровые агентства и участие в профильных мероприятиях.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

3. Ответьте на вопрос:

Какие преимущества даёт использование социальных сетей в маркетинге персонала?

Правильный ответ:

Социальные сети позволяют быстро охватить широкую аудиторию, настроить таргетированную рекламу, взаимодействовать с кандидатами и создавать положительный имидж компании как работодателя.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

4. Ответьте на вопрос:

Какие этапы включает процесс адаптации нового сотрудника в компании?

Правильный ответ:

Процесс адаптации включает знакомство с корпоративной культурой, обучение должностным обязанностям, представление коллег и рабочего места, постановку задач и проведение обратной связи.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.

Задание:

Какие методы используются для продвижения работодательского бренда, и как они влияют на привлечение персонала?

Время выполнения: 5 мин.

Ожидаемый ответ:

Для продвижения работодательского бренда используются такие методы, как создание контента в социальных сетях, участие в профильных мероприятиях (ярмарки вакансий, конференции), публикация отзывов сотрудников и организация дней открытых дверей. Социальные сети помогают охватить широкую аудиторию, особенно молодых специалистов, а отзывы сотрудников повышают доверие к компании. Участие в мероприятиях позволяет напрямую взаимодействовать с потенциальными кандидатами и рассказывать о преимуществах работы в компании. Эти методы формируют положительный имидж работодателя, что способствует привлечению качественных кадров.

Критерий оценивания:

В ответе должны быть указаны методы продвижения работодательского бренда и их влияние на привлечение персонала.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.5)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Маркетинг персонала» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 38.03.03 Управление персоналом.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы _____ Студеникина В.П.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)