

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Стахановский инженерно-педагогический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Кафедра социально-экономических и психологических дисциплин

УТВЕРЖДАЮ:
Директор СИПИ (филиала)
ФГБОУ ВО «ЛУУ им. В. Даля»
А.А. Авершин
« 26 » апреля 2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА»

По направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по
отраслям)
Профиль: «Управление персоналом»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг персонала» по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям). – 28 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг персонала» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 февраля 2018 г. № 124 (с изменениями и дополнениями от 26 ноября 2020 г., 27 февраля 2023 г.)

СОСТАВИТЕЛЬ:
доцент Бородач Ю.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социально-экономических и педагогических дисциплин «18» апреля 2023 г., протокол № 10.

Заведующая кафедрой
социально-экономических и педагогических дисциплин  Н.В. Карчевская

Переутверждена: «__» _____ 20__ г., протокол № _____.

Переутверждена: «__» _____ 20__ г., протокол № _____.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Стахановского инженерно-педагогического института (филиала) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» «21» апреля 2023 г., протокол № _____.

Председатель учебно-методической комиссии
СИПИ (филиала) ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля» _____ Н.В. Банник

© Бородач Ю.В., 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Целью изучения дисциплины «Маркетинг персонала» является получение знаний по функционированию внешней и внутренней маркетинговой (в области персонала) среды организации; использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала.

Основными **задачами** изучения дисциплины «Маркетинг персонала» являются: формирование системы управления маркетингом персонала в организации; знание требований к персоналу и запросы к работодателю, роли маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации, значения имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда информационной, коммуникативной и ценовой функции маркетинга персонала.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО.

Дисциплина «Маркетинг персонала» дисциплина входит в профессиональный цикл учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знания сущности управления персоналом и организации труда, умение самостоятельно осуществлять регламентацию и проектирование управления персоналом, навыки создания благоприятных условий труда.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Основы управления персоналом, кадровой политики и кадрового планирования», «Управление персоналом организации и социальным развитием персонала» и служит основой для освоения дисциплин «Менеджмент», «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
УК-5. Способен общества воспринимать межкультурное разнообразие социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Демонстрирует умение находить и использовать необходимую для взаимодействия с другими членами общества информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп	Знать: закономерности построения и особенности межкультурной коммуникации; значение и роль стереотипов культурных норм межкультурной коммуникации; основные теории межкультурной коммуникации.
	УК-5.2. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Уметь: Применять профессиональной деятельности знания области межкультурной коммуникации.
	УК-5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей	Владеть: навыками преодоления проблем процессе межкультурной коммуникации; навыками обеспечения эффективной межкультурной коммуникации.
ОПК-5. Способен осуществлять	ОПК-5.1. Формулирует образовательные	Знать: структуру, виды, методы и формы

<p>контроль и оценку формирования результатов образования обучающихся, выявлять и корректировать трудности в обучении</p>	<p>результаты обучающихся в рамках учебных предметов согласно освоенному (освоенным) профилю (профилям) подготовки ОПК-5.2.</p> <p>Осуществляет отбор диагностических средств, форм контроля и оценки Сформированности образовательных результатов обучающихся ОПК-5.3.</p> <p>Применяет различные диагностические средства, формы контроля и оценки сформированности образовательных результатов обучающихся ОПК-5.4.</p> <p>Формулирует выявленные трудности в обучении и корректирует пути достижения образовательных результатов</p>	<p>контроля результатов обучения, теоретические положения по проведению объективной оценки знаний обучающихся на основе методов контроля в соответствии с реальными учебными возможностями обучающихся; методы диагностирования личности и детского коллектива, оценки показателей уровня и динамики развития обучающихся; способы преодоления затруднений в обучении на основе методов диагностирования образовательных результатов.</p> <p>Уметь: применять различные виды, методы и формы контроля результатов обучения; осуществлять контроль и оценку учебных достижений, текущих и итоговых результатов освоения основной образовательной программы обучающихся; провести объективную оценку знаний обучающихся на основе методов контроля в соответствии с реальными учебными возможностями детей; применять инструментарий и методы диагностирования личности и детского коллектива, оценки показателей уровня и динамики развития обучающихся.</p> <p>Владеть: навыками проектирования контрольно-диагностических материалов; современными способами диагностики в том числе с учетом применения информационно-коммуникационных технологий; навыками корректировки учебной деятельности исходя из данных контроля образовательных результатов с учетом индивидуальных возможностей и образовательных потребностей обучающихся и проектирования комплекса мероприятий по преодолению трудностей в обучении; методами и технологиями оценочных мероприятий (входная, промежуточная, итоговая диагностика).</p>
<p>ПК-3. Способен организовывать и проводить мероприятия по обучению, адаптации и стажировке персонала, развитию и построению профессиональной карьеры.</p>	<p>ПК – 3.1 Способен на основе анализа производительности труда и уровня профессиональной квалификации персонала определять краткосрочные и долгосрочные потребности в развитии персонала и построении его профессиональной карьеры, разрабатывать индивидуальные планы карьерного развития персонала, на основе анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации организовать мероприятия по обучению персонала, анализировать успешные корпоративные практики по организации адаптации и стажировке персонала.</p> <p>ПК - 3.2. Понимает и правильно определяет правовые нормы, подлежащие применению при осуществлении обучения и стажировки персонала</p>	<p>Знать: понятие, структуру, функции, цели организации работы персонала, требования к персоналу.</p> <p>Уметь: осуществлять поиск, анализ, интерпретацию научной информации и адаптировать ее к своей деятельности, использовать профессиональные цифровые базы данных; применять отечественный и зарубежный опыт и научные достижения; планировать, организовывать и осуществлять самообразование.</p> <p>Владеть: основами проведения мероприятий по обучению, адаптации и стажировке персонала; основами построения профессиональной карьеры .</p>

	<p>ПК - 3.3 Способен на основе анализа производительности труда и профессиональной квалификации персонала, структуры, планов и вакансий организации, требований к конкретным рабочим местам разрабатывать и реализовывать карьерограммы каждого работника, мероприятия по служебно-профессиональному развитию и продвижению персонала и оценивать эффективность мероприятий.</p> <p>ПК -3.4 Разрабатывает и реализует кадровую политику организации: планирование потребности в персонале, подбор и расстановку персонала, адаптацию новых работников, работу с резервом, повышение квалификации, мероприятия по оптимизации численности персонала.</p> <p>ПК -3.5 Способен выполнять работу по привлечению, обучению, удержанию и адаптации высококвалифицированных сотрудников в интересах организации.</p>	
<p>ПК-5. Способен разрабатывать и реализовывать корпоративную социальную политику</p>	<p>ПК-5.1 Понимает цели, задачи и инструменты корпоративной социальной политики</p>	<p>Знать: методы анализа выполнения социальных программ и определения их экономической эффективности.</p>
	<p>ПК-5.2 Способен разрабатывать и реализовывать систему льгот в организации.</p>	<p>Уметь: устанавливать последовательность действий в разработке и реализации системы социальных льгот и компенсаций, выплат работникам с учетом требований законодательства Российской Федерации; выбирать и обосновать методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения, уровня удовлетворённости персонала, оценивать результаты исследования.</p>
	<p>ПК-5.3 Способен разрабатывать и реализовывать мероприятия по управлению социальным развитием персонала организации.</p>	<p>Владеть: Навыками проведения социологических исследования и изучение общественного мнения, удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой и предлагать методы коррекции корпоративной социальной политики по результатам исследования</p>

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	72	-	72
Обязательная контактная работа (всего)	48	-	8
в том числе:			
Лекции	24	-	4
Семинарские занятия	-	-	-

Практические занятия	24	-	4
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	24		64
Форма аттестации	зачет		зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Маркетинг: история развития, сущность и понятия.

История развития маркетинга. Понятие, сущность, цели и задачи. Операционный маркетинг. Маркетинг-микс.

Тема 2. Маркетинговая среда предприятия.

Внутренняя среда предприятия. Внешняя среда предприятия. Контролируемые и неконтролируемые факторы, воздействующие на деятельность предприятия.

Тема 3. Роль маркетинга в управлении персоналом организации

Необходимость, сущность и место маркетинга персонала в кадровой политике организации. Система управления маркетинга персонала организации.

Тема 4. Функции маркетинга персонала

Маркетинговые исследования рынка труда. Сегментирование рынка труда и исследование системных партнеров. Маркетинговое планирование потребности в персонале

Тема 5. Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации.

Стратегии формирования привлекательности рабочего места и уровня заработной платы. Коммуникационная политика в маркетинге персонала.

Тема 6. Эффективность маркетинга персонала.

Конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала

Тема 7. Маркетинг персонала и его развитие.

Сущность и понятие маркетинга персонала. Цель и задачи дисциплины маркетинг персонала. Сегментация рынка труда.

Тема 8. Источники и проблемы найма персонала.

Понятие «набор» и «найм» персонала. Источники найма персонала. Внутренняя клиентоориентированность. Этап найма и ассимилирования. Хедхантинг.

Тема 9. Деловая оценка и отбор персонала.

Оценка уровня профессионализма ценных специалистов и топ менеджеров. Проблемы в области поиска и подбора персонала. Оценка и развитие управленческих навыков. Система адаптации персонала. Составление программы адаптации.

Тема 10. Процедура отбора персонала.

Этапы и методы отбора персонала. Предварительная отборочная беседа. Интервью. Тестирование. Ролевые игры. Профессиональное испытание.

Тема 11. Подбор и обучение персонала.

Подбор сотрудников. Понятие развития персонала. Принципы и цели развития персонала. Планирование обучения персонала и составление программы обучения. Плановое обучение сотрудников, повышение квалификации. Типы корпоративных учебных центров.

Тема 12. Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом.

Аутсорсинг персонала. Лизинг персонала. Аутстаффинг персонала. Фриланс или временная работа. Кадровое планирование. Кадровый резерв предприятия. Планирование штата персонала.

Тема 13. Аттестация персонала.

Введение. Необходимость проведения аттестации. Организация аттестации персонала. Этапы и методы аттестации. Регламентирование нормативно-правовыми документами аттестации персонала.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Маркетинг: история развития, сущность и понятия.	1	-	-
1	Маркетинговая среда предприятия.	1	-	-
3.	Роль маркетинга в управлении персоналом организации	2	-	-
4.	Функции маркетинга персонала	2	-	-
5.	Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации.	2	-	-
6.	Маркетинг персонала и его развитие.	2	-	-
7.	Источники и проблемы найма персонала	2	-	1
8.	Деловая оценка и отбор персонала	2	-	1
9.	Процедура отбора персонала	2	-	-
10.	Подбор и обучение персонала	2	-	-
11.	Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом	2	-	1
12.	Аттестация персонала	2	-	-
13.	Эффективность маркетинга персонала	2	-	1
Итого:		24	-	4

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1.	Источники и проблемы найма персонала	2	-	2
2.	Деловая оценка и отбор персонала	2	-	2
3.	Процедура отбора персонала	4	-	-
4.	Подбор и расстановка персонала по рабочим местам	4	-	-
5.	Мотивация персонала	4	-	-
6	Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом	4	-	-
7	Организация аттестации персонала	4	-	-
Итого:		24	-	4

4.5. Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Итого:				

4.6. Самостоятельная работа студентов

Объем часов	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очная форма	Очная форма
1.	Маркетинг: история развития, сущность и понятия.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	1	-	4
2.	Маркетинговая среда предприятия.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	1	-	4
3.	Роль маркетинга в управлении персоналом организации	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	1	-	4
4.	Функции маркетинга персонала	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	1	-	4
5.	Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	2	-	4
6.	Маркетинг персонала и его развитие.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	2	-	4
7.	Источники и проблемы найма персонала	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	2	-	4
8.	Деловая оценка и отбор персонала	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	2	-	4
9.	Процедура отбора персонала	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	2	-	4

10.	Подбор и обучение персонала	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	2	-	4
11.	Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	2	-	4
12.	Аттестация персонала	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	2	-	9
13.	Эффективность маркетинга персонала	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, подготовка ответов на представленные вопросы.	2	-	9
14.		зачет	2	-	2
	Итого:		24	-	64

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Маркетинг персонала» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания

будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Чернопятков А.М. Маркетинг персонала. - North Carolina : Lulu Press, Inc., 2016. — 265 с. — ISBN: 978-1-326-66418-3.. - Текст: электронный. - URL: <https://b.eruditor.link/file/2002363>

2. Пономарева Т.Н. Маркетинг персонала: учебное пособие.— Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80420.html>

3. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала: учебник для бакалавров.— Москва: Дашков и К, 2016.— 384 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60440.html>

4. Петрова Ю.А., Спиридонова Е.Б. 10 критериев оценки персонала: учебное пособие — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 101 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79759.html>

5. Таран О. Алгоритм успешного общения при подборе персонала: для руководителей и HR.— Москва: Альпина Паблишер, 2019.— 192 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82775.html>

6. Калюгина С.Н. Маркетинг персонала: практикум.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016.— 127 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66048.html>

б) дополнительная литература:

1 Кибанов А.Я. Управление персоналом: конкурентоспособность. выпуск.: - ИНФРА-М, 2015- 229с(Науч. мысль) моногр Бухалков М.И. Управление персоналом: - 2 изд.- М.: ИНФРА-М, 2014. - 400 с. (ВО) учебник гриф

2. Зайцева Т.В., А.Т. Зуб А.Т. Управление персоналом: - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013 - 336 с.(ПО) учебник гриф

в) методические рекомендации:

г) интернет-ресурсы:

Министерство науки и высшего образования РФ – <https://minobrnauki.gov.ru/>
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>

Электронная библиотека ФГБОУ ВО «ЮРГИУ (НПИ) имени М.И. Платова» «МегаПро» <https://libweb.srspu.ru/MegaProWeb/Web>.

Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>

Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации
Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Маркетинг персонала» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Маркетинг персонала»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	УК-5. Способен общества воспринимать межкультурное разнообразие в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Пороговый	Знать: закономерности построения и особенности межкультурной коммуникации; значение и роль стереотипов культурных норм межкультурной коммуникации; основные теории межкультурной коммуникации.
Основной		Базовый	Уметь: Применять профессиональной деятельности знания области межкультурной коммуникации.
Заключительный		Высокий	Владеть: навыками преодоления проблем процессе межкультурной коммуникации; навыками обеспечения эффективной межкультурной коммуникации.
Начальный	ОПК-5. Способен осуществлять контроль и оценку формирования результатов образования обучающихся, выявлять и корректировать трудности в обучении воспитанника, в том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями	Пороговый	Знать: структуру, виды, методы и формы контроля результатов обучения, теоретические положения по проведению объективной оценки знаний обучающихся на основе методов контроля в соответствии с реальными учебными возможностями обучающихся; методы диагностирования личности и детского коллектива, оценки показателей уровня и динамики развития обучающихся; способы преодоления затруднений в обучении на основе методов диагностирования образовательных результатов.
Основной		Базовый	Уметь: применять различные виды, методы и формы контроля результатов обучения; осуществлять контроль и оценку учебных достижений, текущих и итоговых результатов освоения основной образовательной программы обучающихся; провести объективную оценку знаний обучающихся на основе методов контроля в соответствии с реальными учебными возможностями детей; применять инструментарий и методы диагностирования личности и детского коллектива, оценки показателей уровня и динамики развития обучающихся.
Заключительный		Высокий	Владеть: навыками проектирования контрольно-диагностических материалов; современными способами диагностики в том числе с учетом применения информационно-коммуникационных технологий; навыками корректировки учебной деятельности исходя из данных контроля образовательных результатов с учетом индивидуальных возможностей и образовательных потребностей обучающихся и проектирования комплекса мероприятий по преодолению трудностей в обучении; методами и технологиями оценочных мероприятий (входная, промежуточная, итоговая диагностика).

Начальный	ПК-3. Способен организовывать и проводить мероприятия по обучению, адаптации и стажировке персонала, развитию и построению профессиональной карьеры.	Пороговый	Знать: понятие, структуру, функции, цели организации работы персонала, требования к персоналу.
Основной		Базовый	Уметь: осуществлять поиск, анализ, интерпретацию научной информации и адаптировать ее к своей деятельности, использовать профессиональные цифровые базы данных; применять отечественный и зарубежный опыт и научные достижения; планировать, организовывать и осуществлять самообразование.
Заключительный		Высокий	Владеть: основами проведения мероприятий по обучению, адаптации и стажировке персонала; основами построения профессиональной карьеры .
Начальный	ПК-5. Способен разрабатывать и реализовывать корпоративную социальную политику	Пороговый	Знать: методы анализа выполнения социальных программ и определения их экономической эффективности.
Основной		Базовый	Уметь: устанавливать последовательность действий в разработке и реализации системы социальных льгот и компенсаций, выплат работникам с учетом требований законодательства Российской Федерации; выбирать и обосновать методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения, уровня удовлетворённости персонала, оценивать результаты исследования.
Заключительный		Высокий	Владеть: Навыками проведения социологических исследования и изучение общественного мнения, удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой и предлагать методы коррекции корпоративной социальной политики по результатам исследования

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-5	Способен осуществлять контроль и оценку формирования результатов образования обучающихся, выявлять и корректировать трудности в обучении корректировать трудности в обучении воспитания, в том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями	УК-5.1. Демонстрирует умение находить и использовать необходимую для взаимодействия с другими членами общества информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп УК-5.2. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов	Маркетинг: история развития, сущность и понятия.	7
				Маркетинговая среда предприятия.	7
				Роль маркетинга в управлении персоналом организации	7
				Функции маркетинга персонала	7
				Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации.	7
				Маркетинг персонала и его развитие.	7
Источники и проблемы найма персонала	7				

			развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах УК-5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей	Деловая оценка и отбор персонала	7
				Процедура отбора персонала	7
				Подбор и обучение персонала	7
				Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом	7
				Аттестация персонала	7
				Эффективность маркетинга персонала	7
2	ОПК-5.	Способен осуществлять контроль и оценку формирования результатов образования обучающихся, выявлять и корректировать трудности в обучении, корректировать трудности в обучении воспитания, в том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями	ОПК-5.1. Формулирует образовательные результаты обучающихся в рамках учебных предметов согласно освоенному (освоенным) профилю (профилям) подготовки ОПК-5.2. Осуществляет отбор диагностических средств, форм контроля и оценки сформированности образовательных результатов обучающихся ОПК-5.3. Применяет различные диагностические средства, формы контроля и оценки сформированности образовательных результатов обучающихся ОПК-5.4. Формулирует выявленные трудности в обучении и корректирует пути достижения образовательных результатов потребностями	Маркетинг: история развития, сущность и понятия. Маркетинговая среда предприятия. Роль маркетинга в управлении персоналом организации Функции маркетинга персонала Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации. Маркетинг персонала и его развитие. Источники и проблемы найма персонала Деловая оценка и отбор персонала Процедура отбора персонала Подбор и обучение персонала Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом Аттестация персонала Эффективность маркетинга персонала	7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7
3	ПК-3.	Способен организовывать и проводить мероприятия по обучению, адаптации и стажировке персонала, развитию и построению профессиональной карьеры.	ПК – 3.1 Способен на основе анализа производительности труда и уровня профессиональной квалификации персонала определять краткосрочные и долгосрочные потребности в развитии персонала и построении его профессиональной карьеры, разрабатывать индивидуальные планы карьерного развития персонала, на основе анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации	Маркетинг: история развития, сущность и понятия. Маркетинговая среда предприятия. Роль маркетинга в управлении персоналом организации Функции маркетинга персонала Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации. Маркетинг персонала и его развитие. Источники и проблемы найма персонала	7 7 7 7 7 7 7

			организовать мероприятия по обучению персонала, анализировать успешные корпоративные практики по организации адаптации и стажировке персонала. ПК - 3.2. Понимает и правильно определяет правовые нормы, подлежащие применению при осуществлении обучения и стажировки персонала ПК - 3.3 Способен на основе анализа производительности труда и профессиональной квалификации персонала, структуры, планов и вакансий организации, требований к конкретным рабочим местам разрабатывать и реализовывать карьерограммы каждого работника, мероприятия по служебно-профессиональному развитию и продвижению персонала и оценивать эффективность мероприятий. ПК -3.4 Разрабатывает и реализует кадровую политику организации: планирование потребности в персонале, подбор и расстановку персонала, адаптацию новых работников, работу с резервом, повышение квалификации, мероприятия по оптимизации численности персонала. ПК -3.5 Способен выполнять работу по привлечению, обучению, удержанию и адаптации высококвалифицированных сотрудников в интересах организации.	Деловая оценка и отбор персонала Процедура отбора персонала Подбор и обучение персонала Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом Аттестация персонала Эффективность маркетинга персонала	7 7 7 7 7 7
4	ПК-5.	Способен разрабатывать и реализовывать корпоративную социальную политику	ПК-5.1 Понимает цели, задачи и инструменты корпоративной социальной политики ПК-5.2 Способен разрабатывать и реализовывать систему льгот в организации. ПК-5.3 Способен разрабатывать и реализовывать мероприятия по управлению социальным	Маркетинг: история развития, сущность и понятия. Маркетинговая среда предприятия. Роль маркетинга в управлении персоналом организации Функции маркетинга персонала Применение стратегического и тактического инструментария	7 7 7 7 7

			развитием персонала организации.	маркетинга персонала организации.	
				Маркетинг персонала и его развитие.	7
				Источники и проблемы найма персонала	7
				Деловая оценка и отбор персонала	7
				Процедура отбора персонала	7
				Подбор и обучение персонала	7
				Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом	7
				Аттестация персонала	7
				Эффективность маркетинга персонала	7

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1	УК-5 Способен осуществлять контроль и оценку формирования результатов образования обучающихся, выявлять и корректировать трудности в обучении	<p>УК-5.1. Демонстрирует умение находить и использовать необходимую для взаимодействия с другими членами общества информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп</p> <p>УК-5.2. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>УК-5.3. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей</p>	<p>Знать: закономерности построения и особенности межкультурной коммуникации; значение и роль стереотипов культурных норм межкультурной коммуникации; основные теории межкультурной коммуникации.</p> <p>Уметь: Применять профессиональной деятельности знания области межкультурной коммуникации.</p> <p>Владеть: навыками преодоления проблем процессе межкультурной коммуникации; навыками обеспечения эффективной межкультурной коммуникации.</p>	<p>Тема 1</p> <p>Тема 2</p> <p>Тема 3</p> <p>Тема 4</p> <p>Тема 5</p> <p>Тема 6</p> <p>Тема 7</p> <p>Тема 8</p> <p>Тема 9</p> <p>Тема 10</p> <p>Тема 11</p> <p>Тема 12</p> <p>Тема 13</p>	тестовые задания, разноуровневые контрольные работы и задания, практическое (прикладное задание)
2	ОПК-5 Способен осуществлять контроль и оценку формирования результатов образования	ОПК-5.1. Формулирует образовательные результаты обучающихся в рамках учебных предметов согласно освоенному (освоенным)	Знать: структуру, виды, методы и формы контроля результатов обучения, теоретические положения по	<p>Тема 1</p> <p>Тема 2</p> <p>Тема 3</p> <p>Тема 4</p>	тестовые задания, разноуровневые контрольные работы и задания, практическое

	<p>обучающихся, выявлять и корректировать трудности в обучении</p> <p>корректировать трудности в обучении воспитания, в том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями</p>	<p>профиллю (профилям) подготовки ОПК-5.2.</p> <p>Осуществляет отбор диагностических средств, форм контроля и оценки сформированности образовательных результатов обучающихся ОПК-5.3.</p> <p>Применяет различные диагностические средства, формы контроля и оценки сформированности образовательных результатов обучающихся ОПК-5.4.</p> <p>Формулирует выявленные трудности в обучении и корректирует пути достижения образовательных результатов потребностями</p>	<p>проведению объективной оценки знаний обучающихся на основе методов контроля в соответствии с реальными учебными возможностями обучающихся; методы диагностирования личности и детского коллектива, оценки показателей уровня и динамики развития обучающихся; способы преодоления затруднений в обучении на основе методов диагностирования образовательных результатов.</p> <p>Уметь:</p> <p>применять различные виды, методы и формы контроля результатов обучения;</p> <p>осуществлять контроль и оценку учебных достижений, текущих и итоговых результатов освоения основной образовательной программы обучающихся;</p> <p>провести объективную оценку знаний обучающихся на основе методов контроля в соответствии с реальными учебными возможностями детей;</p> <p>применять инструментарий и методы диагностирования личности и детского коллектива, оценки показателей уровня и динамики развития обучающихся.</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками проектирования контрольно-диагностических материалов;</p> <p>современными способами диагностики в том числе с учетом применения информационно-коммуникационных технологий; навыками корректировки учебной деятельности исходя из данных контроля образовательных результатов с учетом индивидуальных возможностей и образовательных</p>	<p>Тема 5</p> <p>Тема 6</p> <p>Тема 7</p> <p>Тема 8</p> <p>Тема 9</p> <p>Тема 10</p> <p>Тема 11</p> <p>Тема 12</p> <p>Тема 13</p>	<p>(прикладное задание)</p>
--	--	---	---	---	-----------------------------

			<p>потребностей обучающихся и проектирования комплекса мероприятий по преодолению трудностей в обучении; методами и технологиями оценочных мероприятий (входная, промежуточная, итоговая диагностика).</p>		
3	<p>ПК-3 Способен организовывать и проводить мероприятия по обучению, адаптации и стажировке персонала, развитию и построению профессиональной карьеры.</p>	<p>ПК – 3.1 Способен на основе анализа производительности труда и уровня профессиональной квалификации персонала определять краткосрочные и долгосрочные потребности в развитии персонала и построении его профессиональной карьеры, разрабатывать индивидуальные планы карьерного развития персонала, на основе анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации организовать мероприятия по обучению персонала, анализировать успешные корпоративные практики по организации адаптации и стажировке персонала. ПК - 3.2. Понимает и правильно определяет правовые нормы, подлежащие применению при осуществлении обучения и стажировки персонала ПК - 3.3 Способен на основе анализа производительности труда и профессиональной квалификации персонала, структуры, планов и вакансий организации, требований к конкретным рабочим местам разрабатывать и реализовывать карьерограммы каждого работника, мероприятия по служебно- профессиональному развитию и продвижению персонала и оценивать эффективность мероприятий. ПК -3.4 Разрабатывает и реализует кадровую политику организации: планирование потребности в персонале, подбор и расстановку персонала, адаптацию новых</p>	<p>Знать: понятие, структуру, функции, цели организации работы персонала, требования к персоналу. Уметь: осуществлять поиск, анализ, интерпретацию научной информации и адаптировать ее к своей деятельности, использовать профессиональные цифровые базы данных; применять отечественный и зарубежный опыт и научные достижения; планировать, организовывать и осуществлять самообразование. Владеть: основами проведения мероприятий по обучению, адаптации и стажировке персонала; основами построения профессиональной карьеры .</p>	<p>Тема 1 Тема 2 Тема 3 Тема 4 Тема 5 Тема 6 Тема 7 Тема 8 Тема 9 Тема 10 Тема 11 Тема 12 Тема 13</p>	<p>тестовые задания, разноуровневые контрольные работы и задания, практическое (прикладное задание)</p>

		<p>работников, работу с резервом, повышение квалификации, мероприятия по оптимизации численности персонала.</p> <p>ПК -3.5 Способен выполнять работу по привлечению, обучению, удержанию и адаптации высококвалифицированных сотрудников в интересах организации.</p>			
4	Способен разрабатывать и реализовывать корпоративную социальную политику	<p>ПК-5.1 Понимает цели, задачи и инструменты корпоративной социальной политики</p> <p>ПК-5.2 Способен разрабатывать и реализовывать систему льгот в организации.</p> <p>ПК-5.3 Способен разрабатывать и реализовывать мероприятия по управлению социальным развитием персонала организации.</p>	<p>Знать:</p> <p>методы анализа выполнения социальных программ и определения их экономической эффективности.</p> <p>Уметь:</p> <p>устанавливать последовательность действий в разработке и реализации системы социальных льгот и компенсаций, выплат работникам с учетом требований законодательства Российской Федерации; выбирать и обосновать методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения, уровня удовлетворённости персонала, оценивать результаты исследования.</p> <p>Владеть:</p> <p>Навыками проведения социологических исследования и изучение общественного мнения, удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой и предлагать методы коррекции корпоративной социальной политики по результатам исследования</p>	<p>Тема 1</p> <p>Тема 2</p> <p>Тема 3</p> <p>Тема 4</p> <p>Тема 5</p> <p>Тема 6</p> <p>Тема 7</p> <p>Тема 8</p> <p>Тема 9</p> <p>Тема 10</p> <p>Тема 11</p> <p>Тема 12</p> <p>Тема 13</p>	<p>тестовые задания, разноуровневые контрольные работы и задания, практическое (прикладное задание)</p>

Фонда оценочных средств по дисциплине «Маркетинг персонала»

Вопросы к контрольным работам

(пороговый уровень)

1. Принципы маркетинга персонала.
2. Внешний и внутренний маркетинг персонала.
3. Этапы развития маркетинга персонала.
4. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала: Д. Белл; Г. Штрютц; Р. Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В. Фрелингом и К. Зитценшток.
5. Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала.
6. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
7. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда.
8. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.
9. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.
10. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала.
11. Научный подход к маркетингу персонала.
12. Управленческие задачи.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольная работа»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Вопросы для обсуждения (в виде индивидуальных заданий)

(базовый уровень)

1. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.
2. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом.
3. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом.
4. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова.
5. Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля.
6. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции.

7. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции.
8. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции.
9. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.
10. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.
11. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
11. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
12. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.
13. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует организация.
14. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его формирования.
15. Способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.
16. Содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала, способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала.
17. Теории маркетинга персонала по схеме (автор, время разработки теории, страна, основные идеи, возможности применения).
18. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
19. Организация деятельности службы персонала и ее подразделений, менеджера по персоналу.
20. Система требований, которые организация-работодатель предъявляет к менеджеру по персоналу, претендующему на вакансию (на примере конкретной организации)
21. Экспресс-исследование потребности работодателей в менеджерах и требований к их подготовке.
22. Движение персонала в организации.
23. Анализ численности и состава работников.
24. Требования к должности менеджера по персоналу.

Задание 1

Описать кадровую политику (открытая/закрытая, пассивная/активная).
Связать кадровую политику со стратегией развития организации.

Задание 2

Построить дерево целей управления персоналом на основании миссии и генеральной цели развития организации.

Задание 3

На уровне внутренних целей раскрыть теоретически одну актуальную задачу управления персоналом по выбору (мотивация, оценка, карьера, отбор).

Задание 4

Выявить факторы появления дополнительной потребности в персонале: расширение, реконструкция, создание филиалов, расширение сферы деятельности.

Задание 5

Заполнить таблицу функциональных взаимосвязей службы управления персоналом с другими подразделениями организации.

Задание 6

Смоделировать организационную структуру и штатное расписание.

Задание 7

Разработать оперограмму управленческих процедур: планирование потребности в персонале, разработка плана повышения квалификации, анализ текучести кадров, увольнение, проведение аттестации специалиста, проведение адаптации специалиста, формирование резерва кадров на выдвижение.

Задание 8

Разработать стратегию персонала для следующих сегментов трудовых ресурсов:

- 1) работающие на предприятии выпускники колледжей, продолжающие обучение в ВУЗе;
- 2) рабочие предприятия предпенсионного возраста;
- 3) менеджеры низового звена (мастера, заместители начальников отделов);
- 4) сотрудники предприятия, проживающие в общежитие;
- 5) безработные, имеющие профессии, аналогичные имеющимся на предприятии вакансиям с низкой оплатой труда;
- 6) высококвалифицированные служащие, работающие в настоящее время в конкурирующих компаниях.

Задание 9

Компании АО «Employer» ежегодно для замещения освободившихся вследствие текучести кадров вакансий требуется в среднем 2 менеджера низового звена, 8 высококлассных технических специалистов, 6 служащих высокой квалификации и 38 рабочих. Для поиска и подбора персонала компания имеет в кадровой службе сотрудника с оплатой труда 60 тыс. д. ед. в месяц; используется выделенная телефонная линия (2 тыс. д. ед. в месяц), Internet (1000 д. ед. в месяц); приобретена электронная система on-line-собеседования (200 тыс. д. ед.), которая предположительно будет эксплуатироваться в течение ближайших 4 лет. Среднемесячная оплата труда рабочего – 40 тыс. д. ед., менеджера низового звена, технического специалиста и служащего – 60 тыс. д. ед. Для привлечения сотрудников публикуются рекламные объявления в газете «Работа для Вас» и «Работа.ru» (200 тыс. д. ед. в год). Что более выгодно компании: самостоятельно осуществлять поиск нужных сотрудников или пользоваться услугами кадрового агентства, если агентство за подбор служащего или менеджера берет вознаграждение в размере 12% их годовой заработной платы, а за рабочего – 9% его годовой заработной платы (при подборе в год более 20 сотрудников предоставляется скидка 5%)? Потери от более длительного поиска каждого

сотрудника без участия кадрового агентства составляют 2500 тыс. д. е. в месяц на 1 сотрудника.

Задание 10

На основе исходных данных рассчитать численность необходимого персонала по нормам обслуживания.

Вид работ по обслуживанию агрегата	Время выполнения операции	Кол-во операций за смену
Загрузка агрегата	0,02	60
Контроль рабочего процесса	0,08	120
Выгрузка агрегата	0,03	60

Количество агрегатов – 8. Режим работы агрегатов – 2.

Количество агрегатов, работающих в 1-ю смену – 8.

Количество агрегатов, работающих во 2-ю смену – 4.

Полезный фонд времени одного работника за смену – 7 ч.

Время на дополнительное обслуживание агрегата за смену – 1,4 часа.

Коэффициент пересчета явочной численности в списочную – 1,15.

Задание 11

Определите среднесписочную численность бригады на основе следующих данных. Сменное производственное задание – 60 шт. Норма времени, необходимая для изготовления одного изделия – 3 ч. Плановый коэффициент выполнения норм – 1,2. Продолжительность смены – 8 ч. Коэффициент использования номинального фонда времени – 0,9.

Задание 12

Рассчитайте сумму заработной платы по аккордно-премиальной системе оплаты труда. Согласно калькуляции, сумма заработной платы по аккордному наряду составляет 450 тыс. р. Срок выполнения работ – 60 дней. За каждый процент сокращения выполнения задания предусмотрена премия в размере 1%. Бригада из 6 человек выполнила работу за 55 дней.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «разноуровневые задания и задачи»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями
4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

Практические задания (*высокий уровень*)

1. Комплексная функция служб управления персоналом или кадровых агентств, предполагающая тщательное и всестороннее изучение рынка труда, спроса на рабочую силу, предпочтений и потребностей работодателей и работников, планирование и прогнозирование востребованных в перспективе профессий называется

- а. кадровой аналитикой;
- б. аудитом персонала;
- в. кадровой политикой;
- г. маркетингом персонала;

2. Совокупность средств воздействия на потребителей рынка труда с целью вызвать у них желаемую ответную реакцию называется ...:

- а. рекламной компанией;
- б. маркетинг-микс персонала;
- в. имиджологией;
- г. опосредованной вербовкой.

3. Расположите в нужном порядке основные этапы модели маркетинга микс персонала :

- а. блок для исследования и планирования;
- б. блок заботы о персонале;
- в. блок рабочих мест;
- г. блок договоров;
- д. блок содействия;
- е. блок рынков труда;
- ё. блок средств массовой информации.

4. Какие задачи маркетинга персонала относятся к стратегическому уровню, а какие к оперативному:

а. внедрение планов мероприятий, специфических для сформированных целевых групп;

- б. определение потребности в персонале;
- в. формирование сегментов рабочей силы;

д. осуществление контроля проверки выбранных инструментов посредством обратной связи, получаемой в процессе труда;

е. определение целевых групп, определение позиций, необходимых и желаемых организацией. 5. Расположите в нужном порядке этапы реализации коммуникационной функции маркетинга персонала:

- а. внутренние связи;
- б. реклама;
- в. сегментирование;
- д. связи с общественностью.

6. Рынок труда сегментируется по трем группам критериям : социальноэкономическим, ... , поведенческим:

- а. географическим;
- б. психографическим;
- в. половозрастным;

г. национальным.

7. Распределите по группам критерии сегментирования: социальный слой, общеличностные признаки, рабочее поведение, биографические, информационное поведение при поиске места работы, географические, специфические признаки, связанные с местом работы .

Социально-экономические Психографические Поведенческие

8. Распределите на внешние и внутренние источники покрытия рабочей силы в организации:

- а. ротацию персонала;
- б. аутстаффинг;
- в. делегирование полномочий;
- г. совмещение профессий;
- д. аутсорсинг.

9. Расположите в нужной последовательности основные этапы процесса отбора персонала:

- а. первичный отбор;
- б. тестирование;
- в. интервью с представителями кадровой службы;
- д. профессиональные испытания;
- е. интервью с линейным менеджером.

10. Вербовка персонала с целью устранения имеющейся в данный момент нехватки персонала в организации – это ...

- а. непосредственная вербовка персонала;
- б. опосредованная вербовка персонала;
- в. отбор персонала.

11. Функции контроля маркетинга персонала:

- а. координационная;
- б. мотивационная;
- в. организационная;
- г. техническая;
- д. методическая.

12. Непрерывно осуществляемая деятельность по формированию на рынке труда положительного имиджа организации – это ...

- а. непосредственная вербовка персонала;
- б. опосредованная вербовка персонала;
- в. отбор персонала

13. Виды контроля маркетинга персонала:

- а. предварительный;
- б. текущий;
- в. временный;
- г. систематический;
- д. заключительный.

14. Элементы контроля маркетинга персонала:

- а. объекты контроля;
- б. методы контроля;
- в. субъекты контроля;

- г. время проведения контроля;
- д. реализация контроля.

15. Вербовка персонала с целью устранения имеющейся в данный момент нехватки персонала в организации – это ...

- а. непосредственная вербовка персонала;
- б. опосредованная вербовка персонала;
- в. отбор персонала.

16. Формы контроля маркетинга персонала:

- а. систематический контроль;
- б. контроль предпосылок;
- в. контроль реализации;
- г. метаконтроль;
- д. целостностный контроль.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «практическое задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Практические задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Практические задания выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Практические задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Практические задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

Контрольные вопросы

1. Понятие, значение и задачи маркетинга персонала.
2. Система и принципы маркетинга персонала.
3. Субъекты маркетинга персонала.
4. Функции маркетинга персонала.
5. Внешние факторы формирования технологий маркетинга персонала.
6. Внутренние факторы формирования технологий маркетинга персонала.
7. Уровни и виды маркетинга персонала.
8. Понятие и модель маркетинга персонала-микс.
9. Виды маркетинга персонала: массовая и целевая стратегия маркетинга. Риплейсмент, аутплейсмент, ньюплейсмент. Интернациональноориентированный маркетинг персонала, как разновидность целевой стратегии.
10. Субъекты маркетинговой инфраструктуры управления персоналом.
11. Формирование имиджа работодателя.
12. Подходы к реализации маркетинга персонала в организации.
13. Процедура реализации маркетинга персонала.

14. Разработка плана маркетинга персонала.
15. Контроль реализации маркетинга персонала.
16. Процедура обеспечения организации персоналом.
17. Кадровые и рекрутинговые агентства.
18. Сущность и технологии хэдхантинга.
19. Формирование службы управления персоналом, как направление стратегического развития организации.
20. Эффективность работы менеджера по персоналу и ее оценка.
21. Разработка профессиональных требований к персоналу.
22. Требования к должности и определение стандарта кандидата.
23. Должностные инструкции. Основные требования.
24. Цели и задачи кадрового планирования.
25. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.
26. Сравнительный анализ методов отбора претендентов.
27. Использование новых компьютерных технологий в оценке пригодности кандидатов при найме.
28. Связь с общественностью в системе кадрового маркетинга.
29. PR-технологии и их применение в маркетинге персонала.
30. Информационные технологии в кадровом маркетинге.

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «зачет»

Характеристика знания предмета и ответов	зачет
Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	зачтено
Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	незачтено

Лист изменений и дополнений

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