


АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

СОГЛАСОВАНО

Руководитель УЛАОП

  
подпись  
Сталькина У.М.  
ФИО  
« 31 » августа 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

  
подпись  
Перов С.Н.  
ФИО  
« 31 » августа 2020 г.


РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

название дисциплины

Направление подготовки	38.03.03 Управление персоналом
Профиль подготовки	Управление персоналом организации
Квалификация	бакалавр
Год начала подготовки по программе	2020
Форма(ы) обучения	очная, заочная
Кафедра	менеджмента

Руководитель  
образовательной программы

  
подпись  
Карпова Т.П.  
ФИО  
« 31 » августа 2020 г.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента  
/протокол заседания № 1 от 31.08.2020/

Заведующий кафедрой

  
подпись  
Горбунова О.А.  
ФИО

Самара  
2020

# 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Планируемые результаты освоения ОПОП ВО
<b>знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике (ПК-2)</b>	
Знает:	Основы маркетинга персонала в организации
Умеет:	Применять на практике способы и приемы разработки конкурентных и функциональных стратегий маркетинга персонала в организации.
Владеет:	Навыками разработки элементов конкурентных и функциональных стратегий маркетинга персонала организации.
<b>владение навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умением рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации (ПК-15)</b>	
Знает:	Основные понятия и категории маркетинга. Назначение и основные направления маркетинговых исследований. Виды и источники маркетинговой информации.
Умеет:	Ориентироваться в системе маркетинговой информации. Использовать источники маркетинговой информации для сбора данных, необходимых для решения профессиональных задач.
Владеет:	Навыками сбора данных, необходимых для решения профессиональных задач, из массива маркетинговой информации.
<b>владение навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала (ПК-19)</b>	
Знает:	Параметры конкурентоспособности компании в области привлечения и удержания персонала
Умеет:	Оценивать конкурентоспособность предприятия как работодателя
Владеет:	Навыками постановки задач маркетинговых исследований в управлении персоналом

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Индекс дисциплины по учебному плану	Курс, семестр изучения дисциплины (очная / заочная форма обучения)
Б1.Б	
<b>Б1.В.ОД.15</b>	<b>3 курс 6 семестр / 4 курс</b>
Б1.В.ДВ	

## 3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины,

**в т.ч. контактной (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы студентов**

Виды учебной работы	Объем, часов/ЗЕТ	Распределение по семестрам*
---------------------	------------------	-----------------------------

	очная форма обучения	заочная форма обучения	(очная / заочная форма обучения)			
Контактная работа, в т.ч.:	54	10				
Лекции (Л)	18	4				
Практические занятия (ПЗ)	36	6				
Лабораторные работы (ЛР)		-				
Самостоятельная работа (СР)	54	58				
Контроль - зачет		4				
Итого объем дисциплины	108/3	108/3				

\*Указывается, если обучение по дисциплине ведется в течение нескольких семестров

#### Объем дисциплины по тематическим разделам и видам учебных занятий

Наименование тематического раздела дисциплины	Количество часов (очная/заочная форма обучения)			
	Л	ПЗ	ЛР	СР
Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	2/0,5	4/1	-	4/8
Эволюция маркетинга персонала	2/0,5	4/1	-	10/10
Функции маркетинга персонала	4/0,5	8/1	-	10/10
Технология маркетинга персонала	4/0,5	8/1	-	10/10
Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	2/1	4/1	-	10/10
Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	4/1	8/1	-	10/10
Всего	18/4	36/6	-	54/58

#### Содержание тематических разделов дисциплины

Наименование раздела	Содержание раздела
Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом. Основные категории маркетинга персонала (потребности, спрос, предложение, сделка или трудовое соглашение, обмен трудовыми ресурсами, трудовые ресурсы, рынок труда, рабочей силы, рынок трудовых ресурсов).
Эволюция маркетинга персонала	Этапы развития маркетинга персонала. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала: Д. Белл; Г. Штрутц; Р. Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В. Фрелинхом и К. Зитценшток. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова. Научный подход к маркетингу персонала. Состояние и перспективы развития кадрового потенциала России и региона (по отраслям).
Функции маркетинга	Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению

Наименование раздела	Содержание раздела
персонала	функций маркетинга персонала. Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции. Анализ должностных инструкций и положения о службе персонала организации с позиций реализации функций маркетинга персонала.
Технология маркетинга персонала	Определение качественной и количественной потребности в персонале. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда. Анализ и поиск активных партнеров. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/или отрасли, где действует данная организация.
Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда. Разработка HR –бренда компании.
Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала, способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала.

#### 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При проведении учебных занятий по дисциплине Университет обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей Самарской области).

##### Образовательные технологии

Наименование технологии	Содержание технологии	Адаптированные методы реализации
Проблемное	Активное взаимодействие	Поисковые методы обучения,

Наименование технологии	Содержание технологии	Адаптированные методы реализации
обучение	обучающихся с проблемно-представленным содержанием обучения, имеющее целью развитие познавательной способности и активности, творческой самостоятельности обучающихся.	постановка познавательных задач с учетом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Концентрированное обучение	Погружение обучающихся в определенную предметную область, возможности которого заложены в учебном плане образовательной программы посредством одновременного изучения дисциплин, имеющих выраженные междисциплинарные связи. Имеет целью повышение качества освоения определенной предметной области без увеличения трудоемкости соответствующих дисциплин.	Методы погружения, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Развивающее обучение	Обучение, ориентированное на развитие физических, познавательных и нравственных способностей обучающихся путём использования их потенциальных возможностей с учетом закономерностей данного развития. Имеет целью формирование высокой самомотивации к обучению, готовности к непрерывному обучению в течение всей жизни.	Методы вовлечения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в различные виды деятельности на основе их индивидуальных возможностей и способностей и с учетом зоны ближайшего развития.
Активное, интерактивное обучение	Всемерная всесторонняя активизация учебно-познавательной деятельности обучающихся посредством различных форм взаимодействия с преподавателем и друг с другом. Имеет целью формирование и развитие навыков командной работы, межличностной коммуникации, лидерских качеств, уверенности в своей успешности.	Методы социально-активного обучения с учетом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Рефлексивное обучение	Развитие субъективного опыта и критического мышления обучающихся, осознание обучающимися «продуктов» и процессов учебной деятельности, повышение качества обучения на основе информации обратной связи, полученной от обучающихся. Имеет целью формирование способности к самопознанию, адекватному самовосприятию и готовности к саморазвитию.	Традиционные рефлексивные методы с обязательной обратной связью, преимущественно ориентированные на развитие адекватного восприятия собственных особенностей обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.

Дисциплина реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Вид занятий (лекции, практические занятия, лабораторные работы и т.д.), форма промежуточной аттестации	Применяемые дистанционные образовательные технологии
Лекции	ДОТ 1 Zoom, ДОТ 4 Moodle ДОТ 8 работа с электронными обращениями обучающихся: рассылка заданий, проверка письменных работ
Практические занятия	ДОТ 1 Zoom, ДОТ 4 Moodle ДОТ 5 Skype ДОТ 8 работа с электронными обращениями обучающихся: рассылка заданий, проверка письменных работ ДОТ 9 Социальные сети: ВКонтакте, Facebook, Instagram
Экзамен	ДОТ 1 Zoom, ДОТ 4 Moodle
Зачет	ДОТ 1 Zoom, ДОТ 4 Moodle

## 5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО И ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Учебная литература, в том числе:**

### **Основная:**

Армстронг Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг. - М.: Вильямс И.Д., 2019. - 752 с.  
 Андрейчиков А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике: Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова - М.: КД Либроком, 2018. - 248 с.  
 Основы маркетинга: Практикум / Под ред. Дайитбегова Д.М., Синяевой И.М. - М.: Вузовский учебник, 2018. - 318 с.  
 Секерин В.Д. Основы маркетинга / В.Д. Секерин. - М.: КноРус, 2018. - 288 с.  
 Умавов Ю.Д. Основы маркетинга (для бакалавров) / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. - М.: КноРус, 2019. - 384 с.

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. - 8-е изд., перераб. и доп. - Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 545 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-985-06-2539-7; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450394>
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>
3. Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 384 с. - Библиогр.: с. 361-363. - ISBN 978-5-238-01179-0; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
4. Матвеева, Л.Г. Маркетинговые информационные системы: учебное пособие / Л.Г. Матвеева, А.Ю. Никитаева, О.А. Чернова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Южный федеральный университет. - Ростов на Дону: Издательство Южного федерального университета, 2015. - 224 с.: схем., табл. - ISBN 978-5-9275-1785-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461934>

5. Минько, Э.В. Маркетинг: учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 351 с.: табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0; [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>

#### **Дополнительная:**

1. Андреев, К.В. Бенчмаркинг-исследование / К.В. Андреев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 119 с.; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86496>
2. Радомский, В.М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе: учебное пособие / В.М. Радомский. - Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2012. - 148 с. - ISBN 978-5-9585-0483-1; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143495>
3. Учёнова, В.В. История рекламы: учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 495 с.: ил. - ISBN 978-5-238-01462-3; [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298>

#### **Интернет - ресурсы:**

1. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга» <http://www.marketing.spb.ru/>
2. Профессиональный журнал «PR в России». <http://www.prjournal.ru/>

#### **Лицензионное программное обеспечение:**

Microsoft Office Professional Plus 2007

#### **Профессиональные базы данных:**

Федеральная служба государственной статистики URL: <http://www.gks.ru>

PRO-PERSONAL.RU: сайт для специалистов по кадрам и управлению персоналом. <https://www.pro-personal.ru/>

Административно-управленческий портал: статьи по управлению персоналом и кадрам – <http://www.aup.ru/articles/personal/>

Интернет-портал Самарской Губернской Думы и представительных органов муниципальных образований в Самарской области URL: <http://samgd.ru/links/3600/>

Административно-управленческий портал: - статьи по управлению персоналом и кадрам. <http://www.aup.ru/articles/personal/>

Портал корпоративного управления – каталог тренинговых компаний, дистанционное обучение, оценка персонала, компетенции, коучинг, аттестация персонала, методы обучения, командообразование, оценка эффективности обучения, e-learning, выставки, конференции по управлению персоналом – [www.trainings.ru](http://www.trainings.ru)

#### **Информационные справочные системы:**

Справочно-правовая Система «ГАРАНТ». (Договор о взаимном сотрудничестве №869 от 11.01.2016г. с ООО «Гарант-Сервис Самара»)

Справочно-правовая система «Консультант Плюс». <http://www.consultant.ru/>

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавателя дисциплины, учебной доской, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютер, звуковые колонки, интерактивная доска).

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Методические указания для преподавателя**

Изучение дисциплины проводится в форме лекций, практических занятий, организации самостоятельной работы студентов, консультаций. Главное назначение лекции - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Основной целью практических (в т.ч. лабораторные) занятий является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Они проводятся в форме опроса, диспута, тестирования, обсуждения докладов, выполнения заданий и пр.

Самостоятельная работа с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, дополняется работой с тестирующими системами, с профессиональными базами данных.

Методы проведения аудиторных занятий:

- лекции, реализуемые через изложение учебного материала под запись с сопровождением наглядных пособий;

- практические занятия, во время которых студенты выступают с докладами по заранее предложенным темам и дискуссионно обсуждают их между собой и преподавателем; решаются практические задачи (в которых разбираются и анализируются конкретные ситуации) с выработкой умения формулировать выводы, выявлять тенденции и причины изменения социальных явлений; проводятся устные и письменные опросы (в виде тестовых заданий) и контрольные работы (по вопросам лекций и практических занятий), проводятся деловые игры.

Лекции – есть разновидность учебного занятия, направленная на рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Основными целями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, ее методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, дача методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать студентов к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме.

Практические занятия направлены на развитие самостоятельности студентов в исследовании изучаемых вопросов и приобретение умений и навыков. Практические занятия традиционно проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном участии студентов, они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы студентов, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях студенты учатся работать с научной литературой, четко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции



других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований.

При проведении практических занятий преподаватель должен ориентировать студентов при подготовке использовать в первую очередь специальную научную литературу (монографии, статьи из научных журналов).

Результаты работы на практических занятиях учитываются преподавателем при выставлении итоговой оценки по данной дисциплине. На усмотрение преподавателя студенты, активно отвечающие на занятиях, и выполняющие рекомендации преподавателя при подготовке к ним, могут получить повышающий балл к своей оценке в рамках промежуточной аттестации.

### **Особенности реализации дисциплины в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ОВЗ, необходимо иметь в виду, что:

1) инвалиды и лица с ОВЗ по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь;

2) инвалиды и лица с ОВЗ по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при промежуточной аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении промежуточной аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность прохождения испытания промежуточной аттестации (зачета, экзамена, и др.) обучающимся инвалидом может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи испытания, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительность подготовки обучающегося к ответу, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ОВЗ Университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для прохождения промежуточной аттестации оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

### **Методические указания для обучающихся**

Для успешного освоения дисциплины студенты должны посещать лекционные занятия, готовиться и активно участвовать в практических занятиях, самостоятельно работать с рекомендованной литературой. Изучение дисциплины целесообразно начать со знакомства с программой курса, чтобы четко представить себе объем и основные проблемы курса. Прочитав соответствующий раздел программы, и установив круг тем, подлежащих изучению, можно переходить к работе с конспектами лекций и учебником. Конспект лекций должен содержать краткое изложение основных вопросов курса. В лекциях преподаватель, как правило, выделяет выводы, содержащиеся в новейших исследованиях, разногласия ученых, обосновывает наиболее убедительную точку зрения. Необходимо записывать методические советы преподавателя, названия рекомендуемых им изданий. Не нужно стремиться к дословной записи лекций. Для того чтобы выделить главное в лекции и правильно ее законспектировать, полезно заранее просмотреть уже пройденный лекционный материал, для более полного и эффективного восприятия новой информации в контексте уже имеющихся знаний, приготовить вопросы лектору. Прочитав свой конспект лекций, следует обратиться к материалу учебника.

Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое,

переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний. Очень полезным в практике самостоятельной работы, является предварительное ознакомление с учебным материалом. Даже краткое, беглое знакомство с материалом очередной лекции дает многое. Студенты получают общее представление о ее содержании и структуре, о главных и второстепенных вопросах, о терминах и определениях. Все это облегчает работу на лекции и делает ее целеустремленной.

#### Работа с литературой

При изучении дисциплины студенты должны серьезно подойти к исследованию учебной и дополнительной литературы. Данное требование особенно важно для подготовки к практическим занятиям.

Особое внимание студентам следует обратить на соответствующие статьи из научных журналов. Данные периодические издания представлены в читальном зале Университета. Для поиска научной литературы по дисциплине студентам также следует использовать каталог Электронной научной библиотеки: eLIBRARY.RU, ЭБС «Университетская библиотека Online».

При подготовке к практическому занятию студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Качество учебной работы студентов определяется текущим контролем. Студент имеет право ознакомиться с ним.

#### Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель самостоятельной работы - подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- качественное освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний с целью их применения на уровне межпредметных связей;
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков;
- формирование умений по поиску и использованию нормативной, правовой, справочной и специальной литературы, а также других источников информации;
- развитие познавательных способностей и активности, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие научно-исследовательских навыков;
- формирование умения решать практические задачи (в профессиональной деятельности), используя приобретенные знания, способности и навыки.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса.

Самостоятельная работа предполагает инициативу самого обучающегося в процессе сбора и усвоения информации, приобретения новых знаний, умений и навыков и ответственность его за планирование, реализацию и оценку результатов учебной деятельности. Процесс освоения знаний при самостоятельной работе не обособлен от других форм обучения.

Самостоятельная работа должна:

- быть выполнена индивидуально (или являться частью коллективной работы). В случае, когда СР подготовлена в порядке выполнения группового задания, в работе делается соответствующая оговорка;
- представлять собой законченную разработку (этап разработки), в которой анализируются актуальные проблемы по определенной теме и ее отдельных аспектов;
- отражать необходимую и достаточную компетентность автора;
- иметь учебную, научную и/или практическую направленность;
- быть оформлена структурно и в логической последовательности: титульный лист, оглавление, основная часть, заключение, выводы, список литературы, приложения,

- содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию, доказательность и обоснованность выводов;
- соответствовать этическим нормам (правила цитирования и парафраз; ссылки на использованные библиографические источники; исключение плагиата, дублирования собственного текста и использования чужих работ).

## 8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Планируемые результаты обучения по дисциплине / Планируемые результаты освоения ОПОП ВО		Показатели оценивания
<b><i>знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике (ПК-2)</i></b>		
Знает:	Основы маркетинга персонала в организации	Блок 1 контрольного задания выполнен корректно
Умеет:	Применять на практике способы и приемы разработки конкурентных и функциональных стратегий маркетинга персонала в организации.	Блок 2 контрольного задания выполнен корректно
Владеет:	Навыками разработки элементов конкурентных и функциональных стратегий маркетинга персонала организации.	Блок 3 контрольного задания выполнен корректно
<b><i>владение навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умением рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации (ПК-15)</i></b>		
Знает:	Основные понятия и категории маркетинга. Назначение и основные направления маркетинговых исследований. Виды и источники маркетинговой информации.	Блок 1 контрольного задания выполнен корректно
Умеет:	Ориентироваться в системе маркетинговой информации. Использовать источники маркетинговой информации для сбора данных, необходимых для решения профессиональных задач.	Блок 2 контрольного задания выполнен корректно
Владеет:	Навыками сбора данных, необходимых для решения профессиональных задач, из массива маркетинговой информации.	Блок 3 контрольного задания выполнен корректно
<b><i>владение навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала (ПК-19)</i></b>		
Знает:	Параметры конкурентоспособности компании в области привлечения и удержания персонала	Блок 1 контрольного задания выполнен корректно
Умеет:	Оценивать конкурентоспособность предприятия как работодателя	Блок 2 контрольного задания выполнен корректно
Владеет:	Навыками постановки задач маркетинговых исследований в управлении персоналом	Блок 3 контрольного задания выполнен корректно

**Типовое контрольное задание****БЛОК 1 – ПРОВЕРКА ЗНАНИЙ****Выбрать ОДИН правильный ответ**

1.1. (ПК-2) Использование элементов маркетинга в системе управления персоналом началось в западных компаниях уже

- a. с 1970-х гг.
- b. с 1960-х гг.
- c. с 1950-х гг.

1.2. (ПК-2) Персонал - маркетинговый подход означает, что:

- a. все структуры и действия предприятия рассматриваются и оцениваются исходя из перспективы того, как они повлияют на его позицию на внешнем и внутреннем рынке персонала
- b. предприятие активно, систематически и позитивно позиционирует себя на этом рынке
- c. осуществляет поиск, отбор и поддержку пригодных работников
- d. все ответы верны

1.3. (ПК-15) Сущность маркетинговой работы по выбору путей покрытия потребности в персонале сводится к следующим основным этапам:

- a. установление источников покрытия потребности;
- b. определение путей привлечения персонала;
- c. анализ источников и путей с точки зрения их соответствия требованиям качественных и количественных параметров потенциальных сотрудников, а также затрат, связанных с использованием того или иного источника и пути привлечения персонала;
- d. выбор альтернативных или комбинированных вариантов источников и путей.
- e. верно a, b
- f. все ответы верны

1.4. (ПК-2) При помощи данной функции, персонал-маркетинг обрабатывает всю полученную информацию, и подготавливает новую информацию для разработки мероприятий, необходимых на повышения конкурентоспособности компании и ее развитие:

- a. коммуникативная
- b. аналитическая
- c. информационная

1.5. (ПК-19) Что собой представляет маркетинговая информация:

- a. любые зафиксированные сведения
- b. данные, необходимые для маркетинговых целей
- c. знания, полученные в результате обучения

**Заполнить пропуски**

1.6. (ПК-19) Маркетинговая информационная система в управлении персоналом представляет собой систему обмена сведениями, позволяющую специалистам по маркетингу персонала \_\_\_\_\_ маркетинговые мероприятия.

1.7. (ПК-2) Цель всех коммуникационных мероприятий в рамках маркетинга персонала — установление и реализация путей покрытия потребности в персонале, а также представление \_\_\_\_\_ организации как работодателя.

1.8. (ПК-15) С точки зрения Б. М. Голодец, технологизация процесса маркетинговой деятельности позволяет наиболее \_\_\_\_\_ решать проблемы, возникающие в данной области.

1.9. (ПК-2) Рассматривая этимологию словосочетания «маркетинговые технологии», следует отметить, что многими авторами данный термин используется в синонимичном значении понятий «маркетинговые инструменты», «маркетинговая деятельность», \_\_\_\_\_.

1.10. (ПК-2) Технологии маркетинга – это методы, направленные на \_\_\_\_\_ деятельность фирмы на рынке.

## БЛОК 2 – ПРОВЕРКА УМЕНИЙ

2.1. (ПК-2) В зависимости от места распространения (поля деятельности) различают внешний и внутренний маркетинг персонала. Соотнесите вид маркетинга персонала с местом его распространения.

Внешний маркетинг персонала	сфокусирован на работниках, уже занятых на предприятии
Внутренний маркетинг персонала	заключается в том, что соответствующий ему подход и инструментарий предприятие реализует на внешнем рынке рабочей силы

2.2. (ПК-19) Технология маркетинга представляет собой совокупность стадий, операций, приемов и действий, необходимых для реализации маркетинговых решений. Соотнесите определение с его содержанием.

Стадия	обособленная часть технологии, обеспечивающая решение нескольких задач и объединяющая определенное количество операций
Операция	обособленная часть технологической стадии, призванная решить одну задачу и состоящая из приемов
Прием	часть операции, представляющая собой определенный шаг на пути ее выполнения
Действие	минимальная часть приема: определенные физические, интеллектуальные, информационные движения

2.3. (ПК-19) Классификация маркетинговых исследований. Установите соответствие.

По месту проведения	кабинетные, полевые
По степени охвата	сплошные, выборочные
По цели	Разведочные (поисковые) Описательные Каузальные Тестовые Прогнозные

2.4. (ПК-15) Можно выделить функции маркетинга персонала. Установите соответствие.

аналитическая функция	изучение рынка труда, анализ внешних и внутренних факторов,
-----------------------	---

	стратегический анализ, анализ кадровой политики
производственная функция	формирование рабочей силы, человеческих ресурсов, разработка кадровых технологий, управление качеством и конкурентоспособностью персонала
функция развития персонала	оценка персонала и его деятельности, кадровый аудит, планирование, организация, мотивация и контроль развития
функция управления	организация стратегического и оперативного управления

## 2.5. (ПК-15) Установите соответствие.

П. Друкер	"Маркетинг не является функцией бизнеса, а представляет собой взгляд на всю сферу экономики, включающую в себя производство и услуги. Все, что делается в мире бизнеса, представляет собой маркетинг или включает в это понятие"
Л. Роджер	"Необходимо отличать маркетинг как определенную концепцию от маркетинга как комплекса разнообразных видов деятельности, осуществляемых специалистами, и маркетинг, как образ мышления от маркетинга как образа действий"
Ф. Котлер	"Маркетинг есть социальный процесс, посредством которого определенные индивиды и группы получают то, в чем нуждаются и чего желают, на основе создания и обмена одних товаров и стоимостей на другие"
Дж. Эванс, Б. Берман	"Маркетинг — это предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги, организации людей, территории и идеи посредством обмена"

## БЛОК 3 – ПРОВЕРКА НАВЫКОВ

### 3.1. (ПК-2), (ПК-15), (ПК-19) Ознакомьтесь с ситуацией:

Руководитель одной из общественных организаций, членом которой вы являетесь, обратился к вам с просьбой провести маркетинговое исследование, чтобы выяснить причины сокращения числа ее членов. Расскажите, как бы вы воспользовались всеми этапами процесса маркетингового исследования в ходе своей работы.

**Время выполнения задания – 30 минут**

### Методические рекомендации к процедуре оценивания

Оценка результатов обучения по дисциплине, характеризующих сформированность компетенции проводится в процессе промежуточной аттестации студентов посредством контрольного задания. При этом процедура должна включать последовательность действий, описанную ниже.

1. Подготовительные действия включают:

Предоставление студентам контрольных заданий, а также, если это предусмотрено заданием, необходимых приложений (формы документов, справочники и т.п.);

Фиксацию времени получения задания студентом.

2. Контрольные действия включают:

Контроль соблюдения студентами дисциплинарных требований, установленных Положением о промежуточной аттестации обучающихся и контрольным заданием (при наличии);

Контроль соблюдения студентами регламента времени на выполнение задания.

3. Оценочные действия включают:

Восприятие результатов выполнения студентом контрольного задания, представленных в устной, письменной или иной форме, установленной заданием.

Оценка проводится по каждому блоку контрольного задания по 100-балльной шкале.

Подведение итогов оценки компетенции и результатов обучения по дисциплине с использованием формулы оценки результата промежуточной аттестации и шкалы интерпретации результата промежуточной аттестации.

Оценка результата промежуточной аттестации выполняется с использованием формулы:

$$P = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{3},$$

где  $P_i$  – оценка каждого блока контрольного задания, в баллах

**Шкала интерпретации результата промежуточной аттестации  
(сформированности компетенций и результатов обучения по дисциплине)**

Результат промежуточной аттестации ( $P$ )	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
От 0 до 36	Не сформирована.	Неудовлетворительно (не зачтено)	F (не зачтено)
«Безусловно неудовлетворительно»: контрольное задание выполнено менее, чем на 50%, преимущественная часть результатов выполнения задания содержит грубые ошибки, характер которых указывает на отсутствие у обучающегося знаний, умений и навыков по дисциплине, необходимых и достаточных для решения профессиональных задач, соответствующих этапу формирования компетенции.			
От 37 до 49	Уровень владения компетенцией недостаточен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Неудовлетворительно (не зачтено)	FX (не зачтено)
«Условно неудовлетворительно» контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, значительная часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на недостаточный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, необходимыми для решения профессиональных задач, соответствующих компетенции.			
От 50 до 59	Уровень владения компетенцией посредственен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Удовлетворительно (зачтено)	E (зачтено)
«Посредственно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, большая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
От 60 до 69	Уровень владения компетенцией удовлетворителен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Удовлетворительно (зачтено)	D (зачтено)
«Удовлетворительно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 60%, меньшая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
От 70 до 89	Уровень владения компетенцией	Хорошо (зачтено)	C (зачтено)



Результат промежуточной аттестации (Р)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
	преимущественно высокий для ее формирования в результате обучения по дисциплине.		
«Хорошо»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 80%, результаты выполнения задания содержат несколько незначительных ошибок и технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые и ситуативные профессиональные задачи.			
От 90 до 94	Уровень владения компетенцией высокий для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Отлично (зачтено)	В (зачтено)
«Отлично»: контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания содержат одну-две незначительные ошибки, несколько технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности.			
От 95 до 100	Уровень владения компетенцией превосходный для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Отлично (зачтено)	А (зачтено)
«Превосходно»: контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания не содержат ошибок и технических погрешностей, указывают как на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, позволяют сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности, способности разрабатывать новые решения.			