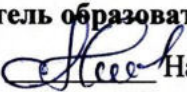



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет  
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)**

**ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА, ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

|  |  |
|--|--|
| <p style="text-align: center;"><b>«СОГЛАСОВАНО»</b></p> <p style="text-align: center;">Руководитель образовательной<br/>программы  <b>Нагоев А.Б.</b><br/>« 30 » 05 2023 г.</p> | <p style="text-align: center;"><b>«УТВЕРЖДАЮ»</b></p> <p style="text-align: center;"><br/><b>Директор института</b><br/><b>М.М. Лигидов</b><br/>« 30 » 05 2023 г.</p> |
|--|--|

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА»**

Направление подготовки:

**38.03.03 – «Управление персоналом»**

(код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки: **«Управление персоналом в организации»**

Квалификация (степень) выпускника: **бакалавр**

Форма обучения: Очная, заочная, очно-заочная

**Нальчик 2023**

Рабочая программа дисциплины «Маркетингперсонала » /сост. Атабиева А.Х.–  
Нальчик: КБГУ, 2023. - 28 с.

Рабочая программа предназначена для студентов очной формы обучения по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом.

Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 – управление персоналом (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.12.2015г. №1461.

## Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)
4. Содержание и структура дисциплины (модуля)
5. Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Лист изменений (дополнений) в рабочей программе дисциплины (модуля)
10. Приложение

## **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Маркетинг персонала» является получение студентами основ теоретических знаний и практических навыков в области формирования основ стратегического управления персоналом, освоение навыков по разработке и реализации кадровой политики организации на основе принципов маркетинга для выявления потребности, формирования заказа организаций в обучении и развитии персонала в соответствии со сложившейся конъюнктурой.

Основные задачи дисциплины «Маркетинг персонала»

- формирование системы теоретических представлений о маркетинге как о важнейшем инструменте бизнеса, его принципах и технологии, месте и роли маркетинга в деятельности компании;
- создание прочных основ системы конкретных умений, позволяющих успешно применять полученные знания на практике.
  - формирование системы управления маркетингом персонала в организации
  - знание требований к персоналу и запросы к работодателю
  - роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации
  - значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда
  - информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Маркетинг персонала» входит в ОПОП по направлению подготовки 38.03.03 – Управление персоналом, включена в вариативную часть. Маркетинг своими средствами позволяет эффективно приспособлять производство к условиям внешней среды (экономической, научно-технической, технологической, социальной, демографической и т.д.) и прежде всего к запросам и требованиям потребителей.

Программа дисциплины «Маркетинг персонала» составлена в соответствии ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 – Управление персоналом.

## **3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины**

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг персонала» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование элементов профессиональных компетенций по данному направлению подготовки 38.03.03 – Управление персоналом (уровень бакалавриата):

**Профессиональных компетенций (ПК) по видам профессиональной деятельности:**

ПК-16 владение навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умение применять их на практике.

ПК-23 Знанием основ подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации и умением использовать их на практике.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать** сущность и принципы маркетинга персонала; основные направления и методы маркетинговых исследований как основы принятия управленческих решений в области кадровой политики организации; принципы формирования имиджа организации как работодателя.

**Уметь** ставить и структурировать цели маркетинга персонала, разрабатывать систему маркетинга персонала, включающую формулировку целей, задач, места в организационной структуре, места в кадровой политике, направлениях взаимодействия с другими субъектами рынка труда.

**Владеть** методами определения потребности в персонале, способами формирования и реализации кадровой политики организации в современных условиях, рассчитывать затраты на приобретение и использование персонала.

#### 4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

**Таблица 1. Содержание дисциплины (модуля) «Маркетинг персонала»**

**Таблица 1**

| Наименование раздела   | Содержание раздела   | Код контролируемой компетенции (или ее части) | Наименование оценочного средства      |
|--|--|---|---------------------------------------|
| Тема 1. Цели, задачи, предмет и основные понятия маркетинга персонала (МП)     | Содержание и задачи МП. Основные понятия МП: узкая и расширенная трактовки МП, рынок труда, конъюнктура рынка человеческих ресурсов, потребность в персонале.<br>МП в системе маркетинговых концепций. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Технология МП.  | ПК-16   | ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации      |
| Тема 2. Информационное обеспечение и маркетинговые исследования на рынке труда | Выявление и классификация требований к персоналу и работодателю. Информационные средства определения потребности в персонале. Маркетинговая информационная система в управлении персоналом.<br>Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и работодателю.<br>Способы мониторинга и классификации требований (запросов) к работодателю со стороны различных целевых групп.<br>Имидж организации как работодателя. | ПК-23   | ДЗ; Р; Т; дискуссии; Презентации      |
| Тема 3. Система управления МП организации                                      | Принципы управления маркетингом персонала. Классификация функций МП. Предпосылки и условия эффективного выполнения ком-  | ПК-16   | ДЗ; Р; Т; РГЗ; дискуссии; презентации |

|   |   |       |                                       |
|---|---|-------|---------------------------------------|
|   | <p>муникационной функции.</p> <p>Внутриорганизационные связи в маркетинге персонала. Коммуникация и социальная потребность как основные направления связей в МП организации.</p>  |       |                                       |
| Тема 4. Планирование потребностей в персонале                                   | <p>Классификация потребностей по разным признакам. Сравнение классификаций потребностей, их применимость. Качественная и количественная потребности в персонале.</p> <p>Источники и пути покрытия потребности в персонале. Нормативно-методическое и документальное обоснование расчетных показателей потребности в персонале.</p>  | ПК-23 | ДЗ; Р; Т; РГЗ; дискуссии; презентации |
| Тема 5. Применение стратегического и тактического инструментария МП организации | <p>Основные направления реализации функции МП по формированию трудового потенциала организации.</p> <p>Инструментарий исследования внешней и внутренней среды организации. Выявление кадрового потенциала организации.</p> <p>Маркетинговые аспекты ценообразование в системе управления персоналом организации.</p>  | ПК-16 | ДЗ; Р; Т; РГЗ; дискуссии; презентации |
| Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами.        | <p>Понятие и определение «Маркетинга персонала». Современные тренды и тенденции. Внутренний и внешний маркетинг персонала. Потенциал маркетинговых технологий для HR, маркетинговые инструменты для работы с целевыми аудиториями исследований, знание запросов/потребителей компании, понимание какими компетенциями должен обладать персонал, обслуживающий клиента, знание конкурентного рынка и тактических/стратегических действий конкурентов и преобразование информации для HR. Основные составляющие маркетинга персонала.</p> | ПК-23 | ДЗ; Р; Т; РГЗ; дискуссии; презентации |

На изучение курса отводится 108 часов (3 з.е.), из них: контактная работа 50 ч., в том числе лекционных – 20 часов; практических (семинарских) – 30 часа; самостоятельная работа студента – 49 часов; завершается зачетом.

## Структура дисциплины (модуля) «Маркетинг персонала»

**Таблица 2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)**

| Вид работы  | Трудоемкость, часов / зачетных единиц |                  |
|---|---------------------------------------|------------------|
|   | семестр                               | всего            |
| <b>Общая трудоемкость (в зачетных единицах)</b>   | <b>108</b>                            | <b>108</b>       |
| <b>Контактная работа (в часах):</b>   | <b>50</b>                             | <b>50</b>        |
| <i>Лекции (Л)</i>   | 20                                    | 20               |
| <i>Практические занятия (ПЗ)</i>  | 30                                    | 30               |
| <i>Семинарские занятия (СЗ)</i>   | Не предусмотрены                      | Не предусмотрены |
| <i>Лабораторные работы (ЛР)</i>   | Не предусмотрены                      | Не предусмотрены |
| <b>Самостоятельная работа (в часах) в том числе контактная (внеаудиторная) работа::</b> | <b>49</b>                             | <b>49</b>        |
| Расчетно-графическое задание  | Не предусмотрены                      | Не предусмотрены |
| Реферат (Р)   | 9                                     | 9                |
| Эссе (Э)  | 5                                     | 5                |
| Контрольная работа (КР)   | Не предусмотрены                      | Не предусмотрены |
| Самостоятельное изучение разделов   | 35                                    | 35               |
| Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)  | Не предусмотрена                      | Не предусмотрена |
| Подготовка и прохождение промежуточной аттестации                                       | 9                                     | 9                |
| Вид промежуточной аттестации  | Зачет                                 | Зачет            |

**Таблица 3. Лекционные занятия**

| № п/п | Тема   |
|-------|--|
| 1.    | Цели, задачи, предмет и основные понятия маркетинга персонала (МП)       |
| 2.    | Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами. |
| 3.    | Система управления МП организации  |
| 4.    | Применение стратегического и тактического инструментария МП организации  |
| 5.    | Маркетинговые исследования рынка труда                                   |
| 6.    | Планирование потребностей в персонале                                    |

**Таблица 4. Практические занятия (семинарские занятия)**

| № п/п | Тема |
|-------|------|
|       |      |

|    |   |
|----|---|
| 1. | <b>Тема 1.</b> Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами. Практика работы с тестами по направлению «Персонал-Маркетинг» (ПМ). Работа с методиками и практическими ситуациями по изучению рынка труда.   |
| 2. | <b>Тема 2.</b> Оценка потребностей в персонале. Определение количества временных и стоимостных ресурсов, необходимых для реализации функциональных обязанностей.  |
| 3. | <b>Тема 3.</b> Стратегия и технология формирования/продвижения имиджа привлекательного работодателя.  |
| 4. | <b>Тема 4.</b> Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом. Знакомство с методиками и технологиями внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом. Использование методологии маркетинговых исследований «партизанский» маркетинг. Комплексная разработка программ формирования лояльности персонала. Event-менеджмент. |
| 5. | <b>Тема 5.</b> Новые технологии в оценке претендентов при найме   |

*Таблица 5. Лабораторные работы по дисциплине (модулю) – не предусмотрены*

*Таблица 6. Самостоятельное изучение разделов дисциплины (модуля)*

| №<br>п/п | Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение |
|----------|--|
| 1.       | Место маркетинга персонала в кадровой политике |
| 2.       | Маркетинг персонала на государственной службе  |
| 3.       | Управление обеспечением организации персоналом |
| 4.       | Место маркетинга персонала в кадровой политике |
| 5.       | Комплекс маркетинга персонала                  |
| 6.       | Развитие технологии маркетинга персонала       |

## **5. Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются *текущий, рубежный контроль и промежуточная аттестация.*

### **5.1 Оценочные материалы для текущего контроля.**

*Цель текущего контроля* – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы

обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине

*Текущий контроль* успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «Маркетинг персонала» и включает: ответы на теоретические вопросы на практическом занятии, решение практических задач и выполнение заданий на практическом занятии, самостоятельное выполнение индивидуальных домашних заданий (например, решение задач) с отчетом (защитой) в установленный срок, написание докладов, рефератов, эссе, дискуссии.

После ознакомления и изучения материала той или иной темы студенту рекомендуется для закрепления знаний решить предложенные задачи, рассмотреть и принять самостоятельные маркетинговые решения по приведенным кейсовым ситуациям.

Метод кейсов способствует развитию умения анализировать ситуации, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант и составлять план его осуществления. Таким образом, если в течение учебного цикла такой подход применяется многократно, то у студентов вырабатывается устойчивый навык решения практических задач.

Практическое занятие предполагает также подготовку и проведение презентаций студентами по заданной им теме.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

Вопросы для устного опроса

1. Функции маркетинга персонала.
2. Факторы, влияющие на маркетинг персонала.
3. Сущность и принципы HR- маркетинга.
4. Уровни и виды кадрового маркетинга.
5. Инструменты маркетинга персонала.
6. Какие задачи решает маркетинг персонала.
7. Основные этапы маркетинговой деятельности в области персонала.
8. Формы и виды контроля маркетинга персонала.

#### **Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса**

Устный опрос является одним из основных способов учёта знаний обучающегося по дисциплине «Маркетинг персонала». Развёрнутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения.

*В результате устного опроса знания, обучающегося оцениваются по следующей шкале:*

     2 балл, ставится, если обучающийся:

- 1) полно излагает изученный материал, даёт правильное определение экономических понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

\_\_\_1,5 балла, ставится, если обучающийся даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для балла «1», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

\_\_\_1 балл, ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

0 баллов, ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке.

Баллы «\_2\_», «\_1,5\_», «\_1\_» могут ставиться не только за единовременный ответ, но и за рассредоточенный во времени, т.е. за сумму ответов, данных студентом на протяжении занятия

*Примечание: по усмотрению автора возможен табличный вариант шкалы оценки*

#### **5.1.2. Оценочные материалы для самостоятельной работы обучающегося ( типовые задачи) (при наличии)**

Задание №1: Рассчитайте эффективность инвестиций в человеческий капитал специалиста с денежной точки зрения и с точки зрения определения сегодняшней ценности будущих выгод.

Условие: Проводимые исследования величины и окупаемости потенциала специалиста установили величину стоимостной оценки его потенциала в размере 390 тыс. р. Процентная ставка в банке – 10%. Количество лет использования знаний –38. Среднее ожидаемое увеличение заработка специалиста в течение трудовой деятельности 15,5тыс. р; ставка дисконтирования 0,04.

Задание №2.

Объявлен конкурс на замещение вакантной должности директора турфирмы «Алые паруса». Краткая характеристика фирмы :

1. Численность работающих – 28 чел.
2. Фирма работает рентабельно, однако средняя зарплата сотрудников на 20% ниже аналогичной по региону.
3. Есть 3 неформальные группы, конфликтующие между собой ( чаще всего из-за распределения премий).
4. Стиль руководства прежнего директора – авторитарный.
5. Значительная сезонность в работе фирмы.
- 6.недостаточная активность сотрудников при обслуживании клиентов.
7. До сего времени не уделялось должного внимания изучению сегментов туристского рынка.
- 8.Повине руководителя в отчетном году были уплачены значительные штрафные санкции.
9. Фирма работает по следующим направлениям: Кипр,Греция,Франция.

Вам необходимо определить критерии первичного отбора кандидатов, указать источники привлечения кандидатов, какие документы и материалы должен предоставить кандидат при обращении о приеме на работу.

### Задание №3

У вас в подчинении три человека. На протяжении последнего полугода вы работаете над проектом, который сдали накануне. За тридцать минут до окончания рабочего дня с вами связывается заказчик и просит уточнить, когда будут готовы все документы по проекту. Вы подтверждаете, что завтра до 11:00 все документы будут предоставлены на рассмотрение. После этого с вами связывается директор и сообщает, что контракт с поставщиками будет расторгнут из-за невыполнения обязательств с их стороны. Материалы этих поставщиков фигурируют в проекте, а значит часть документации нужно переделать. Если работать всем отделом вы можете успеть за 4-5 часов. Но рабочий день подходит к концу, а ваши сотрудники много времени поставятели проекту и часто оставались после работы. Во время перерыва вы планировали, как проведете вечер. Вот информация о подчиненных, которая у вас есть:

Лариса - 29 лет, менеджер отдела, не замужем. Последнюю неделю мучается с зубной болью, сегодня записана на приём к стоматологу.

Игорь - 35 лет, старший менеджер отдела, вел все расчеты проекта, именно он выбирал поставщиков и настоял на работе с этими подрядчиками. Замкнут, с коллегами не общается. Все вечера проводит на работе, поскольку любит работать в тишине. Сегодня обещал жене сводить семью в ресторан.

Александр - 33 года, менеджер отдела, веселый, общительный, душа компании, постоянно подшучивает над коллегами из отдела, что особенно не нравится Игорю. Он будет защищать проект у заказчика, готовил презентацию. Сегодня у него день рождения и заказан ресторан для друзей, в том числе коллег с работы.

Вам нужно убедить их переделать документацию.

#### **Правила:**

На раздумье дается 3-5 минут, после чего оцениваемый озвучивает, как говорил со своими подчиненными.

Интерпретация ответов:

Оптимальным считается ответ максимально отражающий корпоративную культуру вашей компании.

### Задание №4

Существуют 3 основных направления деятельности (торговля ТНП, производство строительных материалов, строительство)

Перед создаваемой службой персонала на текущий год ставятся следующие задачи:

- организовать подбор персонала (80 вакансий в год, сейчас в работе 48 вакансий),
- наладить работу по организации и проведению регулярных мероприятий по оценке и аттестации персонала (ранее не проводились);
- оценить существующие в компании системы мотивации, и при необходимости, рекомендовать изменения (применяемые в настоящее время схемы не удовлетворяют сотрудников и не соответствуют целям компании);

- организовать процесс постоянного обучения и повышения квалификации сотрудников компании, соответствующего целям компании.

Укажите, какая информация Вам понадобится дополнительно.

Укажите, какие ресурсы (организационные, материальные, информационные, человеческие, временные) вам потребуются для выполнения данных задач."

Изложите свое видение последовательности и содержания действий, необходимых для выполнения данных задач, укажите последовательность, оцените сроки выполнения и составьте план Ваших действий.»

#### **Критерии формирования оценок по заданиям для самостоятельной работы студента (типовые задачи):**

*«отлично»* (3 балла) - обучающийся показал глубокие знания материала по поставленным вопросам, грамотно, логично его излагает, структурировал и детализировал информацию, избегая простого повторения информации из текста, информация представлена в переработанном виде. Свободно использует необходимые формулы при решении задач;

*«хорошо»* (2 балла) - обучающийся твердо знает материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в процессе решения задач;

*«удовлетворительно»* (1 балл) - обучающийся имеет знания основного материала по поставленным вопросам, но не усвоил его деталей, допускает отдельные неточности при решении задач;

*«неудовлетворительно»* (менее 1 балла) – обучающийся допускает грубые ошибки в ответе на поставленные вопросы и при решении задач

#### **5.1.3. Оценочные материалы для выполнения рефератов (при наличии) Методические рекомендации по написанию реферата**

*Реферат* – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

##### **Темы рефератов**

1. Методы оценки эффективности персонала.
2. Методы оценки управленческих кадров.
3. Роль и место аудита в маркетинге персонала.
4. Рынок труда и его роль в формировании кадрового потенциала организации.
5. Результативность внутреннего и внешнего отбора: российская специфика.
6. Оценка деятельности подразделений управления персоналом.

7. Оценка результатов деятельности руководителей и специалистов управления персоналом.
8. Маркетинг как инструмент планирования карьеры.
9. Маркетинговые исследования рынка труда: инструментарий и условия проведения.
10. Оценка кандидатов при приеме на работу: преимущества и недостатки конкурсного отбора.
11. Этические аспекты маркетинга персонала.
12. Профессиональная и социально-психологическая адаптация кадров в организации.
13. Бесконтактное общение с претендентом как способ отбора персонала.

*Требования к реферату:* Общий объём реферата 15 листов (шрифт 14 TimesNewRoman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок MicrosoftWord (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками MicrosoftWord. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц. *Уровень оригинальности текста – 60%*

*Критерии оценки реферата:*

*«отлично»* ( 3 балл) ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

*«хорошо»* (2 балла) – выполнены основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

*«удовлетворительно»* (1 балл) – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вы-

вод. Обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

«неудовлетворительно» (менее \_1 балла) – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

#### **5.1.5. Оценочные материалы для выполнения эссе по дисциплине (контролируемые компетенции ПК-16, ПК-23)**

Эссе представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников или краткое изложение книги, статьи, исследования, а также доклад с таким изложением.

Написание и защита эссе на аудиторном занятии используется в дисциплине «Основы маркетинга» в целях приобретения обучающимся необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме страховой деятельности, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п.

С помощью эссе обучающийся глубже постигает наиболее сложные проблемы данной дисциплины, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

##### ***Примерные темы эссе:***

1. Теоретические основы найма и отбора персонала.
2. Маркетинговая информация, ее виды, значение в системе управления персоналом организации.
3. Организационная культура и ее роль в сохранении "профессионального ядра" организации.
4. Роль и место маркетинга персонала в кадровом менеджменте.
5. Западный опыт и возможности его применения в маркетинге персонала в условиях российской действительности.
6. Роль прогнозирования в маркетинге персонала.
7. Издержки найма работников и их оптимизация в современных условиях.
8. Качественная потребность в персонале: российская специфика.
9. Планирование потребности в персонале в условиях циклического развития экономики.
10. Стратегический набор и отбор персонала организации в условиях посткризисного развития экономики России.
11. Методы и формы отбора персонала: отраслевая специфика.
12. Лизинг персонала как источник покрытия потребности.
13. Оценка эффективности управления персоналом.
14. Имидж фирмы и его значение в маркетинге персонала.
15. Оценка кадровых подразделений управления персоналом: сравнительная характеристика российского и зарубежного подходов.

### ***Требования к эссе:***

Подготовка и публичная защита эссе способствует формированию правовой культуры у будущего бакалавра, закреплению у него знаний, развитию умения самостоятельно анализировать многообразные общественно-политические явления современности, вести полемику.

*Введение эссе* необходимо для обоснования актуальности темы и предполагаемого метода рассуждения. *Основная часть эссе* содержит рассуждения по теме, то есть раскрытие темы, ответ на поставленные вопросы, аргументы, примеры и так далее. Все существенное содержание работы должно быть изложено в основной части. *Заключение эссе* должно содержать выводы и рекомендации по выбранной теме исследования. Эссе должно отвечать требованиям читабельности, последовательности и логичности.

Общий объём эссе 5-7 листов (шрифт 14 TimesNewRoman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок MicrosoftWord (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками MicrosoftWord. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль.

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц. Уровень оригинальности текста – 60%

### ***Критерии оценки эссе***

«отлично» (3 балла) ставится, если обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

«хорошо» (2 балла) – обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

«удовлетворительно» (1 балла) – обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

«неудовлетворительно» (менее 1 балла) – обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

### ***5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля.***

*Рубежный контроль* осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения матери-

ала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится *три таких контрольных мероприятия по графику*.

В качестве форм рубежного контроля можно использовать тестирование (письменное или компьютерное), проведение коллоквиума или контрольных работ. Выполняемые работы должны храниться на кафедре в течение учебного года и по требованию предоставляться в Управление контроля качества. На рубежные контрольные мероприятия рекомендуется выносить весь программный материал (все разделы) по дисциплине.

#### **5.2.1. Оценочные материалы для контрольной работы:**

*Контрольные вопросы:*

1. Классификация потребностей по разным признакам.
2. Сравнение классификаций потребностей, их применимость.
3. Качественная и количественная потребности в персонале.
4. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
5. Нормативно-методическое и документальное обоснование расчетных показателей потребности в персонале.
6. Понятие и определение «Маркетинга персонала».
7. Современные тренды и тенденции. Внутренний и внешний маркетинг персонала.
8. Потенциал маркетинговых технологий для HR.
9. Маркетинговые инструменты для работы с целевыми аудиториями исследований, знание запросов/потребителей компании, понимание какими компетенциями должен обладать персонал, обслуживающий клиента, знание конкурентного рынка и тактических/стратегических действий конкурентов и преобразование информации для HR.
10. Основные составляющие маркетинга персонала

*Критерии формирования оценок по контрольным точкам (контрольные работы; коллоквиум)*

«отлично» (6 баллов) - ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов; обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы, решено 100% задач;

«хорошо» (4 баллов) – ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов. Обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении задач, решено 70% задач;

«удовлетворительно» (2 балла) – ставится за работу, если бакалавр правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой. Обучающийся затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, дает неполный ответ, решено 55% задач

«неудовлетворительный (ниже порогового) уровень компетенции» (менее 2 баллов) – ставится за работу, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы. Обучающийся дает неверную оценку ситуации, решено менее 50 % задач.

### 5.2.2.Оценочные материалы: Типовые тестовые задания по дисциплине Маркетинг персонала

*Тест* – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений студента.

*Критерии формирования оценок по тестовым заданиям:*

«отлично» (4 балла) – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы. Выполнено 100 % предложенных тестовых вопросов;

«хорошо» (3балла) – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 80 –99 % от общего объема заданных тестовых вопросов;

«удовлетворительно» (2 балла) – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 60 –79% от общего объема заданных тестовых вопросов;

«неудовлетворительно» (1 балл) – получают обучающиеся правильным количеством ответов на тестовые вопросы – менее 40-59 % от общего объема заданных тестовых вопросов.

1. О какой из функций маркетинга персонала идет речь: Установить контакт с субъектами рынка труда таким образом, чтобы полностью удовлетворить потребность в персонале организации. Коммуникация налаживается как с внешним рынком труда, так и с сотрудниками организации. Выберите один ответ.

- Аналитическая
- информационная
- коммуникативная●

2. Принято считать, что задачами маркетинга персонала НЕ являются: (выберите один ответ).

исследование рынка для установления текущих и перспективных потребностей организации в количестве и качестве персонала;

поиск и приобретение персонала, характеристики которого соответствуют требованиям, предъявляемым организацией

- распространение информации о вреде и нежелательности потребления товара
- изучение развития производства для современной подготовки новых рабочих мест и требований к сотрудникам;

3. В комплекс маркетинга персонала-микс включаются... Выберите один ответ.

- комплекс маркетинговых мероприятий на рынке
- функции службы маркетинга
- товар, цена, продвижение, распространение (продажи), персонал
- поставщики, конкуренты, клиенты●

4. О какой концепции маркетинга персонала идет речь:

- Предприятия во многих случаях отдают предпочтение внутренним источникам покрытия потребности в персонале, хотя формально условия конкурса на замещение вакантной должности равнозначны как для внешних претендентов, так и для собственных сотрудников предприятия. Предпочтение внутренним источникам обусловлено экономией средств и усилий на процесс обучения и адаптации новых сотрудников...:

Выберите один ответ.

- Российская
- Японская
- Американская
- западноевропейская

5. Маркетинг персонала рассматривает персонал в качестве ... Выберите один ответ.

- внешних клиентов фирмы
- внутренних клиентов фирмы
- внешних и внутренних клиентов фирмы•

6. К внешним факторам, воздействующим на стратегию маркетинга персонала: Выберите один ответ.

- финансовые ресурсы организации
- источники покрытия кадровой потребности
- особенности социальных потребностей  
кадровый потенциал  
цели организации

7. К внутренним факторам, влияющим на эффективность построения системы маркетинга персонала можно отнести: Выберите один ответ.

- ситуация на рынке труда, развитие технологии
- цели организации
- развитие законодательства, кадровая политика организаций конкурентов
- особенности социальных потребностей.

8. Исследование и планирование внешнего рынка труда направлено на: (Выберите один ответ)

- потребность в персонале
- развитие персонала
- возрастную структуру
- ситуация на рынке труда
- текучесть кадров
- стратегическое планирование персонала

9. Что собой представляет конъюнктура рынка? Выберите один ответ.

- тенденция развития рынка, выраженная статистически соответствующей кривой и уравнением тренда
- постоянные колебания рынка, измеряемые показателем уровня вариации
- конкретная ситуация, сложившаяся на рынке под воздействием комплекса сил, факторов и условий

### **5.1. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.**

*Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.*

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Осуществляется в конце семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине «Маркетинг персонала» в виде проведения зачета.

Промежуточная аттестация может проводиться в устной, письменной форме, и в форме тестирования. На промежуточную аттестацию отводится до 30 баллов.

**ВОПРОСЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЧЕТ** (контролируемые компетенции ПК-16, ПК-23)

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. Субъекты маркетинговой инфраструктуры управления персоналом
10. Стратегия маркетинга образовательных услуг.
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. Основные направления перестройки деятельности кадровых служб.
20. Формирование службы управления персоналом, как направление стратегического развития организации.
21. Статус службы управления персоналом.
22. Организационная структура службы управления персоналом.
23. Функциональная структура службы управления персоналом.
24. Матричная структура службы управления персоналом.
25. Бюджет службы управления персоналом.
26. Эффективность работы менеджера по персоналу и ее оценка.
27. Сравнительный анализ методов отбора претендентов
28. Интернет-заявления кандидатов.
29. Использование новых компьютерных технологий в оценке пригодности кандидатов при найме.
30. Трудовой потенциал.
31. Маркетинг персонал.

### ***1. Критерии формирования оценок по промежуточной аттестации:***

«отлично» (30 баллов) – получают обучающиеся, которые свободно ориентируются в материале и отвечают без затруднений. Обучающийся способен к выполнению сложных заданий, постановке целей и выборе путей их реализации. Работа выполнена полностью без ошибок, решено 100% задач;

«хорошо» (20 баллов) – получают обучающиеся, которые относительно полно ориентируются в материале, отвечают без затруднений, допускают незначительное количество ошибок. Обучающийся способен к выполнению сложных заданий. Работа выполнена полностью, но имеются не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов. Допускаются незначительные неточности при решении задач, решено 70% задач;

«удовлетворительно» (10 баллов) – получают обучающиеся, у которых недостаточно высок уровень владения материалом. В процессе ответа на экзамене допускаются ошибки и затруднения при изложении материала. Обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой. Обучающийся затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, дает неполный ответ, решено 55% задач;

«неудовлетворительно» (менее 10 баллов) – получают обучающиеся, которые допускают значительные ошибки. Обучающийся имеет лишь начальную степень ориентации в материале. В работе число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы. Обучающийся дает неверную оценку ситуации, решено менее 50% задач.

**6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине включает две составляющие:

- *первая составляющая* – оценка регулярности, своевременности и качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изучения дисциплины (семестра, или нескольких семестров) (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость студента по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ.
- *вторая составляющая* – оценка знаний студента по результатам промежуточной аттестации (не более 30 –баллов).

Критерием оценки уровня сформированности компетенций в рамках учебной дисциплины «Маркетинг» в 5-м семестре является экзамен.

Общий балл текущего и рубежного контроля складывается из следующих составляющих приложение 2. В течение учебного процесса студент обязан отчитаться по теоретическому материалу и практическим занятиям: опросы, индивидуальные задания.

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

***Критерии оценки качества освоения дисциплины***

Типовые задания, обеспечивающие формирование компетенций ПК-16 и ПК-23 представлены в таблице 7

**Таблица 7. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке**

| <b><i>Результаты обучения<br/>(компетенции)</i></b> | <b><i>Основные показатели оценки<br/>результатов обучения</i></b> | <b><i>Вид оценочного материала,<br/>обеспечивающие формиро-<br/>вание компетенций</i></b> |
|---|---|---|
|---|---|---|

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p><b>ПК-16</b> Владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике</p> | <p><b>Владеть</b> : владение навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала</p>   | <p>Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1 №1-5);</p> <p>Оценочные материалы для самостоятельной работы (типовые задачи раздел 5.1.2.) №1-4;</p> <p>примерные темы эссе (раздел 5.1.5) № 2-10;</p> <p> типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)</p> |
|   | <p><b>Уметь</b> оценивать экономическую эффективность деятельности организации использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности; анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в персонале; оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя.</p> | <p>Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1 №1-5);</p> <p> типовые тестовые задания (раздел 5.2.2.) №1-15;</p> <p>примерные темы эссе (раздел 5.1.5) № 2-10;</p> <p> типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)</p>                                    |
|   | <p><b>Знать</b> основы анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала; основные системы управленческого учета; фундаментальные концепции финансового менеджмента; основные нормативные правовые документы; сущность и основные характеристики рынка труда; содержание маркетинговой концепции управления и ее применение в управлении персоналом.</p>          | <p>Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1 №1-5);</p> <p>примерные темы эссе (раздел 5.1.5) № 2-10;</p> <p> типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)</p>  |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>ПК-23</b> Знанием основ подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации и умением использовать их на практике | <b>Владеть:</b> современными технологиями управления поведением персонала.  | Оценочные материалы для самостоятельной работы (типовые задачи раздел 5.1.2.) №1-4;<br><br>примерные темы рефератов (раздел 5.1.3.) №7-10;<br><br>примерные темы эссе(раздел 5.1.5) №11-15<br><br>типовые тестовые задания (раздел 5.2.2.)№4-9 |
|  | <b>Уметь:</b> определять ведущие потребности персонала; пользоваться методиками мотивации трудовой деятельности; разрабатывать и оценивать систему мотивации организации; формулировать предложения по разработке и реализации проектов по мотивации персонала.   | Оценочные материалы для самостоятельной работы (типовые задачи(раздел 5.1.2.) №1-4;<br><br>типовые тестовые задания (раздел 5.2.2.)№1-5<br><br>примерные темы эссе(раздел 5.1.5) №11-15  |
|  | <b>Знать:</b> базовые теории мотивации труда;знать порядок применения дисциплинарных взысканий; классические и современные системы оплаты труда и компенсации;принципы расчёта премиальных и бонусных выплат; современные методы материального и нематериального стимулирования труда; основы подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации и умение использовать их на практике. | Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1)№6-8);<br><br>примерные темы рефератов (раздел 5.1.3.) №6-13;<br><br>типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.2.)   |

Таким образом, выполнение типовых заданий, представленных в разделе 5 «Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации» позволит обеспечить

- владение навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике направлено на формирование -ПК -16.

- знание основ подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации и умением использовать их на практике – ПК-23.

## **7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **7.1. Нормативно-законодательные акты**

Гражданский кодекс РФ (ст.171, 180, 182) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc](http://www.consultant.ru/document/cons_doc)

### **7.2. Основная литература**

1. Калюгина С.Н. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: практикум/ Калюгина С.Н., Савченко И.П., Мухорьянова О.А.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66048.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Маркетинг [Электронный ресурс] : основной курс, практикум и наглядные пособия / . — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Проспект Науки, 2016. — 216 с. — 978-5-903090-24-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35845.html>
3. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н.Д. Эриашвили [и др.]. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — 5-238-00883-Х. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>.

### **7.3. Дополнительная литература**

1. Современный маркетинг [Электронный ресурс] / Горнштейн М.Ю. - М. : Дашков и К, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394029097.html>
2. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Патласов О.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 384 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60440.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Пономарева Т.Н. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пономарева Т.Н., Дубино Н.В., Старикова М.С.— Электрон. текстовые данные.— Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2017.— 153 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80420.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Управление персоналом : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организации» и «Управление персоналом» / П. Э. Шлендер, В. В. Лукашевич, В. Д. Мостова [и др.] ; под редакцией П. Э. Шлендер. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 319 с. — ISBN 5-238-00909-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8597.html>
5. Инжиева, Д. М. Управление персоналом : учебное пособие (курс лекций) / Д. М. Инжиева. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2016. — 268 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/73272.html>

### **7.4. Периодические издания (газета, вестник, бюллетень, журнал)**

#### **Журналы**

1. Журнал «[Маркетинг в России и за рубежом](http://grebennikon.ru/journal-3.html)» (6 номеров в год ) (<http://grebennikon.ru/journal-3.html>)

## 2. Журнал «[Маркетолог](http://www.marketolog.ru/)» (12 номеров в год) (<http://www.marketolog.ru/>)

При изучении дисциплины «Маркетинг персонала» студентам полезно пользоваться следующими Интернет – ресурсами:

### 1. Профессиональные базы данных:

- Национальная информационно-аналитическая система База данных ScienceIndex (РИНЦ). URL: <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека РГБ (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слепых и слабовидящих). URL: <https://нэб.рф>
- ЭБД РГБ (библиотека диссертаций) (КК, ОДА, ИЗ, ИС\*). URL: <http://www.diss.rsl.ru>
- ЭБС «АйПиЭрбукс» (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слабовидящих). URL: <http://iprbookshop.ru/>

### 2. Информационные справочные системы:

- Справочная правовая система «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>
- Справочная правовая система «Гарант» (в свободном доступе). URL: <http://www.garant.ru;>
- Справочная правовая система «Референт» (в свободном доступе). URL: <https://www.referent.ru/>
- Информационно-справочная система «Аудар Инфо» (в свободном доступе). URL: <https://www.audar-info.ru/>

### *Методические рекомендации по организации самостоятельной работы*

Самостоятельная работа обучающихся - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих обучающемуся в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;
- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;
- модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);

2. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
4. Выполнение итоговой контрольной работы.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала. Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач. Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, решать вычислительные задачи и получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий - это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **8.1. Требования к материально-техническому обеспечению**

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины включает в себя специальные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, компьютерные классы для проведения лабораторных занятий, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия. По дисциплине «Справочно-информационные системы в экономике» имеются презентации по отдельным темам курса, позволяющие наиболее эффективно освоить представленный учебный материал.

При проведении занятий лекционного типа/семинарского типа используются:

*лицензионное программное обеспечение:*

- Права на использование операционной системы существующих рабочих станций с правом использования новых версий WINEDUperDVC ALNG UpgrdSAPk MVL A Faculty EES, договор №13/ЭА-223 от 01.09.19;
- Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity Стандартный RussianEdition, договор №13/ЭА-223 01.09.19;

*свободно распространяемые программы:*

- WinZip для Windows - программ для сжатия и распаковки файлов;
- AdobeReader для Windows – программа для чтения PDF файлов;
- FarManager – консольный файловый менеджер для операционных систем семейства MicrosoftWindows.

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и преподавателем используются следующие информационные справочные системы: ЭБС «АйПиЭрбукс», СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант», СПС «Референт», СПС «Аюдар Инфо».

### **8.2. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативная версия официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;
2. Для инвалидов с нарушениями зрения (слабовидящие, слепые):
  - присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь, дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; наличие средств для усиления остаточного зрения, брайлевской компьютерной техники, видеоувеличителей, программ не визуального доступа к информации, программ-

синтезаторов речи и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушениями зрения;

- задания для выполнения на зачете зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту обучающимся;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху (слабослышащие, глухие):

- на зачете присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- зачет проводится в письменной форме;

4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений);
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию обучающегося зачет проводится в устной форме.

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

#### Материально-техническое обеспечение дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

| Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы  | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы   | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа   |
|---|---|--|
| Аудитория для самостоятельной работы и коллективного пользования специальными техническими средствами для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в КБГУ, аудитория No 145<br>Главный корпус КБГУ. | - Комплект учебной мебели: столы и стулья для обучающихся (3 комплекта); Стол для инвалидов-колясочников (1 шт.); Компьютер с подключением к сети и программным обеспечением (3 шт.); Специальная клавиатура (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш) (1шт.);<br>Принтер для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля VP Columbia (1 шт.);<br>Портативный тактильный дисплей Брайля «Focus 14 | Продукты MICROSOFT (Desktop Education ALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise)<br>подписка (Open Value Subscription) No V 2123829<br>Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition No Лицензии 17E0-180427-50836-287-197.<br>Программы для создания и редактирования субтитров, конвертирующее речь в текстовый и жестовый форматы на экране компьютера: Майкрософт Диктейт: |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p>Blue» (совместимый с планшетными устройствами, смартфонами и ПК) (1 шт.); Бумага для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля, совместимого с принтером VP Columbia; Видеоувеличитель портативный HV-MVC, диагональ экрана – 3,5 дюйма (4 шт.); Сканирующая и читающая машина SARA-CE (1 шт.); Джойстик компьютерный адаптированный, беспроводной (3 шт.); Беспроводная Bluetooth гарнитура с костной проводимостью «AfterShokzTrekzTitanium» (1 шт.); Проводная гарнитура с костной проводимостью «AfterShokzSportzTitanium» (2 шт.); Проводная гарнитура Defender (1 шт.); Персональный коммуникатор EN – 101 (5 шт.); Специальные клавиатуры (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш); Клавиатура адаптированная с крупными кнопками + пластиковая накладка, разделяющая клавиши, Беспроводная ClevyKeyboard + ClevyCove (3шт.); Джойстик компьютерный JoystickSimplyWorks беспроводной (3шт.);</p> <p>Ноутбук + приставка для айтрекинга к ноутбуку PCEyeMini (1 шт).</p> | <p><a href="https://dictate.ms/">https://dictate.ms/</a>, SubtitleEdit, («Сурдофон» (бесплатные).</p> <p>Программа невидимого доступа к информации на экране компьютера JAWS forWindows (бесплатная);</p> <p>Программа для чтения вслух текстовых файлов (TigerSoftwareSuit (TSS)) (номер лицензии 5028132082173733);</p> <p>Программа экранного доступа с синтезом речи для слепых и слабовидящих (NVDA) (бесплатная).</p> |
|--|--|---|

\*Специальные помещения - 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

## ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ (ДОПОЛНЕНИЙ)

в рабочую программу по дисциплине «Маркетинг персонала» по направлению  
подготовки 38.03.03 – Управление персоналом; Профиль Управление персоналом организации на  
\_\_\_\_\_ учебный год

| №п/п | Элемент (пункт) РПД | Перечень вносимых<br>изменений (дополнений) | Примечание |
|------|---------------------|---|------------|
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |
|      |                     |   |            |

Обсуждена и рекомендована на заседании кафедры менеджмента и маркетинга протокол № \_\_\_\_  
от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

## Приложение

### Распределение баллов текущего и рубежного контроля

| №п/п | Вид контроля  | Сумма баллов              |                     |                     |                     |
|------|---|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|      |   | Общая сумма               | 1-я точка           | 2-я точка           | 3-я точка           |
|      | <b>Посещение занятий</b>  | <b>до 10 баллов</b>       | <b>до 3 б.</b>      | <b>до 3б.</b>       | <b>до 4б.</b>       |
|      | <b>Текущий контроль:</b>  | <b>до 30 баллов</b>       | <b>до 10 б.</b>     | <b>до 10 б.</b>     | <b>до 10 б.</b>     |
|      | <b>Выполнение самостоятельных заданий (решение задач, написание рефератов, доклад, эссе )</b> | <i>от 0 до 15 б.</i>      | <i>от 0 до 5 б.</i> | <i>от 0 до 5 б.</i> | <i>от 0 до 5 б.</i> |
|      | <b>Рубежный контроль</b>  | <b>до 30 баллов</b>       | <b>до 10 б.</b>     | <b>до 10 б.</b>     | <b>до 10 б.</b>     |
|      | тестирование  | от 0- до 12б.             | от 0- до 4б.        | от 0- до 4б.        | от 0- до 4б.        |
|      | коллоквиум  | от 0 до 18б.              | от 0 до 6 б.        | от 0 до 6 б.        | от 0 до 6 б.        |
|      | <b>Итого сумма текущего и рубежного контроля</b>  | <b>до 70баллов</b>        | <b>до 23б.</b>      | <b>до 23б</b>       | <b>до 24б</b>       |
|      | Первый этап (базовый)уровень) – оценка «удовлетворительно»                                    | не менее 36б.             | не менее 12 б.      | не менее 12 б       | не менее 12 б       |
|      | Второй этап (продвинутый)уровень) – оценка «хорошо»   | менее 70 б.<br>(51-69 б.) | менее 23 б          | менее 23 б          | менее 24б           |
|      | Третий этап (высокий уровень) - оценка «отлично»  | не менее 70 б.            | не менее 23 б.      | не менее 23 б       | не менее 24б        |

**Шкала оценивания планируемых результатов обучения****Текущий и рубежный контроль**

| Семестр | Шкала оценивания   |  |  |  |
|---------|--|--|--|--|
|         | 0-35 баллов  | 36-50 баллов   | 51-60 баллов   | 56-70 баллов   |
|         | Частичное посещение аудиторных занятий. Неудовлетворительное выполнение лабораторных и практических работ. Плохая подготовка к балльно-рейтинговым мероприятиям. Студент не допускается к промежуточной аттестации | Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Частичное выполнение и защита лабораторных и практических работ. Выполнение <b>контрольных работ</b> , тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «удовлетворительно». | Полное или частичное посещение аудиторных занятий.<br>Полное выполнение и защита лабораторных и практических работ.<br>Выполнение <b>контрольных работ</b> , тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «хорошо». | Полное посещение аудиторных занятий.<br>Полное выполнение и защита лабораторных и практических занятий. Выполнение <b>контрольных работ</b> , тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «отлично». |

**(для зачёта)**

| Семестр | Шкала оценивания  |   |
|---------|---|---|
|         | Незачтено<br>(36-60)  | Зачтено<br>(61-70)  |
|         | Студент имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачёте не ответил ни на один вопрос. | Студент имеет 36-45 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете представил полный ответ на один вопроси частично (полностью) ответил на второй.<br><br>Студент имеет 46-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете дал полный ответ на один вопросили частично ответил на оба вопроса.<br><br>Студенту, имеющему 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, выставляется отметка «зачтено» без сдачи зачёта. |