

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»
Информация о владельце:
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 01.03.2022 22:29:47
Уникальный программный ключ:
672b4d4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79
Рассмотрено и одобрено на заседании
учебно-методического совета

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


личная подпись В.В. Шутенко
инициалы, фамилия

« 26 » июля 2021 г.

Протокол № 11 от 26.07.2021

Председатель совета


личная подпись В.В. Шутенко
инициалы, фамилия

канд. экон. наук, доцент Макарова Людмила Михайловна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Маркетинг персонала

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 38.03.02 Менеджмент
(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Управление человеческими ресурсами
(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 4 (з.е.)

Всего учебных часов: 144 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Экзамен	8	9	9

Москва 2021 г.

Год начала подготовки студентов - 2021

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	получение теоретических знаний и выработка практических навыков по формированию концепции маркетинга персонала на рынке труда
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> -освоение методологических основ маркетинга персонала; -рассмотрение направлений маркетинговых исследований рынка труда; -изучение этапов управления маркетингом персонала; -определение методологических подходов к оценке эффективности маркетинга персонала; -формирование системы управления маркетингом персонала в организации; -знание требований к персоналу и запросов к работодателю; -определение роли маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации; -значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	Маркетинг Рекрутмент Теория менеджмента Трудовое право Управление персоналом Экономика труда
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Государственная итоговая аттестация

3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.
Степень сформированности компетенций**

Индикатор	Название	Планируемые результаты обучения	ФОС
ПК3 Способен осуществлять поиск и отбор кандидатов для трудоустройства их в организацию, проводить маркетинг, деловую оценку и аттестацию персонала			
ПК-3.1	Знать: источники, требования, методы и процессы поиска, привлечения, отбора и оценки кандидатов для трудоустройства их в организацию; требования, технологии, методы и процессы проведения маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала	обладает знанием источников, требований, методов и процессов поиска, привлечения, отбора и оценки кандидатов для трудоустройства их в организацию; знанием требований, технологий, методов и процессов проведения маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала	Тест
ПК-3.2	Уметь: осуществлять процессы поиска, привлечения, отбора и оценки кандидатов для трудоустройства их в организацию, проводить процессы маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала	обладает умением осуществлять процессы поиска, привлечения, отбора и оценки кандидатов для трудоустройства их в организацию, проводить процессы маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала	Выполнение реферата

ПК-3.3	Владеть: навыками поиска источников, учета требований и применения технологии и методов ведения процессов поиска, отбора оценки и привлечения кандидатов для трудоустройства их в организацию; навыками учета требований и применения технологий и методов ведения процессов маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала	владеет навыками поиска источников, учета требований и применения технологии и методов ведения процессов поиска, отбора оценки и привлечения кандидатов для трудоустройства их в организацию; навыками учета требований и применения технологий и методов ведения процессов маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала	Кейс
--------	--	---	------

4. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Индикаторы
1.	Сущность и содержание маркетинга персонала	<p>Маркетинг персонала как направление разработки и реализации стратегии привлечения персонала.</p> <p>Маркетинг персонала: подходы к определению.</p> <p>Маркетинг персонала как основной принцип управления персоналом, ориентированного на рынок.</p> <p>Маркетинг персонала как метод систематизированного поиска решений.</p> <p>Маркетинг персонала как средство достижения конкурентных преимуществ.</p> <p>Этапы развития маркетинга персонала.</p> <p>Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом.</p> <p>Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
2.	Методологические основы маркетинга персонала	<p>Маркетинговая концепция управления персоналом.</p> <p>Рабочее место как продукт. Принципы маркетинга персонала.</p> <p>Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.</p> <p>Внутренний маркетинг – общее определение, суть понятия, ориентация на клиента, внутрифирменное маркетинговое исследование. Этапы развития внутреннего маркетинга.</p> <p>Внутренний маркетинг – межфункциональный объединяющий механизм организации.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3

3.	Исследования спроса и предложения на рабочую силу	<p>Сущность и основные направления маркетинговых исследований.</p> <p>Методические основы маркетинга персонала.</p> <p>Процедура маркетинговых исследований.</p> <p>Классификация рынка труда. Особенности товара «рабочая сила». Классификация товара «рабочая сила».</p> <p>Факторы, влияющие на спрос на рабочую силу.</p> <p>Сущность предложения рабочей силы.</p> <p>Факторы, влияющие на предложение рабочей силы. Конкурентоспособность товара «рабочая сила».</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
4.	Прогнозирование спроса и предложения на рынке труда	<p>Цена рабочей силы. Направления установления цены рабочей силы.</p> <p>Методики определения цены на рабочую силу.</p> <p>Прогнозирование рынка труда.</p> <p>Коммуникативная политика в маркетинге персонала. Способы трудоустройства.</p> <p>Организация рекламы субъектов рынка рабочей силы.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
5.	Определение потребности в персонале	<p>Определение качественной и количественной потребности в персонале.</p> <p>Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.</p> <p>Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.</p> <p>Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.</p> <p>Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.</p> <p>Анализ основных конкурентов. Анализ и поиск активных партнеров.</p> <p>Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.</p> <p>Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует данная организация.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
6.	Технология маркетинга персонала организации	<p>Сущность, элементы, цели маркетинга персонала.</p> <p>Факторы, формирующие технологии маркетинга персонала.</p> <p>Уровни маркетинга персонала. Классификация маркетинга персонала. Модель маркетинга персонала – микс.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3

7.	Коммуникации в маркетинге персонала	Особенности формирования имиджа работодателя. Элементы кадровой рекламы. Имиджевый профиль предприятия-работодателя. Меры по поддержке имиджа работодателя. Меры по формированию внутренних связей предприятия. Этапы процесса позиционирования в маркетинге персонала. Процедура реализации маркетинга персонала.	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
8.	Контроль реализации маркетинга персонала	Виды, элементы, формы, функции контроля маркетинга персонала. Основные подходы к организации контроля маркетинга персонала.	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
9.	Процедура обеспечения организации персоналом	Методы прямого поиска кандидатов на должность в организации. Технологии оценки претендентов при найме на работу. Сравнительная оценка методов отбора при отборе персонала. Новые технологии в предварительном отборе кадров. Планирование работы с кадровыми агентствами. Планирование кадрового резерва на предприятии. Психологическое тестирование как метод оценки персонала. Формирование «Конуса собеседования» и оценочного листа.	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
10.	Особенности международного маркетинга персонала	Процесс интернационализации организаций. Особенности коммуникаций с иностранными наемными работниками. Нормативно-правовая база работы с иностранными кадрами на территории России . Регулирование рынка труда в зарубежных странах.	9.1.1, 9.2.1, 9.2.2, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3

Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

Форма обучения: очная, 8 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	3	1	0	2	8
2.	3	1	0	2	8
3.	4	2	0	2	7
4.	4	2	0	2	7
5.	3	2	0	1	7
6.	3	2	0	1	7
7.	3	1	0	2	8
8.	4	2	0	2	7
9.	4	2	0	2	7
10.	3	1	0	2	8

	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	38	16	0	18	106

Форма обучения: очно-заочная, 9 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	4	1	0	3	7
2.	4	1	0	3	7
3.	4	1	0	3	7
4.	4	1	0	3	7
5.	4	2	0	2	7
6.	3	1	0	2	7
7.	3	1	0	2	7
8.	3	1	0	2	7
9.	4	2	0	2	8
10.	3	1	0	2	8
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	40	12	0	24	104

Форма обучения: заочная, 9 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	1	1	0	0	9
2.	1	1	0	0	9
3.	2	1	0	1	9
4.	2	1	0	1	9
5.	2	1	0	1	9
6.	1	0	0	1	10
7.	2	1	0	1	9
8.	2	1	0	1	9
9.	2	1	0	1	9
10.	1	0	0	1	10
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0

Итого	20	8	0	8	124
-------	----	---	---	---	-----

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов. На лекциях студенты получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение студентов сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, студенту следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов студентов.

Самостоятельная работа

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих студентов к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает студент, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине студенту необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии студенту следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены

все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

Тест для формирования «ПК-3.1»

Вопрос №1 .

Виды оценки потребности в персонале:

Варианты ответов:

1. простые и сложные
2. количественные и качественные
3. эмпирические и теоретические

Вопрос №2 .

К преимуществам внешних источников привлечения персонала относятся

Варианты ответов:

1. низкие затраты на привлечение
2. появление новых импульсов для развития организации
3. длительный период адаптации

Вопрос №3 .

Что рассматривается в маркетинге персонала в качестве единицы товара на рынке труда:

Варианты ответов:

1. рабочее место
2. человек
3. способность к труду

Вопрос №4 .

Привлекательная презентация фирмы в Интернете относится к инструментам работы с общественностью

Варианты ответов:

1. да
2. нет

Вопрос №5 .

Основой маркетинговых исследований в области персонала являются:

Варианты ответов:

1. аналитико-прогностические методы
2. ненаучные методы
3. новая оргструктура системы управления персоналом
4. все вышеперечисленное

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.2»

1. Разработка оперативного плана работы с персоналом.
2. Совершенствование планирования и прогнозирования потребности в персонале.
3. Совершенствование системы набора персонала на предприятии.
4. Совершенствование системы отбора и приема персонала на предприятии.
5. Организация процесса подбора и расстановки персонала.
6. Организация процесса деловой оценки персонала.
7. Организация управления ориентацией и адаптацией персонала.
8. Совершенствование организации и нормирования труда персонала.
9. Организация процессов высвобождения персонала.
10. Организация системы развития персонала.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

Кейс для формирования «ПК-3.3»

Молодая компания «Фурнитура-холдинг» на рынке около 3 лет в Москве и Московской области. Основное направление деятельности – продажа через оптовых покупателей и сеть собственных мебельных салонов офисной и домашней мебели, импортируемой из Испании, Италии, Скандинавских стран. Общая численность компании – 120 человек. Компания имеет сложившуюся корпоративную культуру, основой которой является построение неформальных связей между сотрудниками. Средний возраст сотрудников 32 года.

Вопросы:

1. Стоит ли принимать на позицию юрисконсульта кандидата, резюме которого получено от кадрового

агентства?

2. Какую скрытую информацию Вы можете получить из анализа представленного резюме кандидата?

Михаил Иванов

Год рождения – 23.08.1956,

Москва. Дочь, два сына.

Образование

1988–1994 г. ВЮЗИ (Всесоюзный заочный юридический институт), Москва. Юрист, специализация – хозяйственное право.

1974–1979 г. МГУ им. М.В. Ломоносова, ИСАиА (институт стран Азии и Африки). Специализация – страноведение, со знанием иностранного языка.

1966 – 1974 г. Суворовское училище им. Буденного.

Опыт работы

1998–н. вр. «Росвооружение» – ведущий юрисконсульт отдела контрактации.

1994–1998 г. Руководитель корр. пункта АПН в Португалии (Лиссабон), Корреспондент «Правды» на Кубе (Гавана).

1988–1994 г. МИД СССР, 2-й Европейский департамент,

Ведущий специалист, зам. начальника отдела.

1984–1988 г. МИД СССР, Посольство СССР в Анголе (Луанда).

Референт посольства.

1981–1984 г. Торговое представительство России в Египте (Каир), специалист по внешнеэкономической деятельности.

Дополнительная информация

Владение языками: английский, испанский, португальский, хинди – свободное.

Компьютер: MS-Windows, MS-Excel, MS-Word.

Отношение к воинской обязанности: подполковник запаса.

Хобби и увлечения: лыжи, садоводчество.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе
Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения

Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений

Кейс для формирования «ПК-3.3»

Александр Чесноков, генеральный директор Международного центра по обучению управлению, обратился в консультационную компанию, специализирующуюся в области управления персоналом. Руководимый им центр перерос, по мнению Александра, границы, неформальной организации и нуждается в формальных системах управления, прежде всего, системе оценки персонала. За три года своего существования Центр превратился из объединения троих бывших коллег консультационной компании в мощное учебное заведение, реализующее десятки программ профессионального обучения. В Центре работает 15 штатных инструкторов, 5 технических сотрудников. Александр также периодически приглашает специалистов со стороны, с которыми заключаются разовые контракты. Центр специализируется в области обучения руководителей, специалистов по финансам, бухгалтерскому учету и стратегическому управлению, предлагая общие программы для всех желающих, а также разрабатывая специальные программы по заказу организаций. На долю последних приходится до 70% объема работ Центра. По мнению Александра, начальный период «компании-семьи», когда каждый старался изо всех сил, завершился, и Центр нуждается в формальной системе оценки работы каждого из сотрудников.

Вопросы:

Какую систему оценки вы бы предложили Александру?

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе

Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения
Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений

Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тема 1. Сущность и содержание маркетинга персонала

1. Маркетинг персонала как направление разработки и реализации стратегии привлечения персонала.
2. Маркетинг персонала: подходы к определению.
3. Маркетинг персонала как основной принцип управления персоналом, ориентированного на рынок.
4. Маркетинг персонала как метод систематизированного поиска решений.
5. Маркетинг персонала как средство достижения конкурентных преимуществ.
6. Этапы развития маркетинга персонала.
7. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом.
8. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала.

Тема 2. Методологические основы маркетинга персонала

9. Маркетинговая концепция управления персоналом.
10. Рабочее место как продукт.
11. Принципы маркетинга персонала.
12. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.
13. Внутренний маркетинг – общее определение, суть понятия, ориентация на клиента, внутрифирменное маркетинговое исследование.
14. Этапы развития внутреннего маркетинга.
15. Внутренний маркетинг как межфункциональный объединяющий механизм организации.

Тема 3. Исследования спроса и предложения на рабочую силу

16. Сущность и основные направления маркетинговых исследований.
17. Методические основы маркетинга персонала.
18. Процедура маркетинговых исследований.
19. Классификация рынка труда.
20. Особенности товара «рабочая сила».
21. Классификация товара «рабочая сила».
22. Факторы, влияющие на спрос на рабочую силу.
23. Сущность предложения рабочей силы.
24. Факторы, влияющие на предложение рабочей силы.
25. Конкурентоспособность товара «рабочая сила».

Тема 4. Прогнозирование спроса и предложения на рынке труда

26. Цена рабочей силы.
27. Направления установления цены рабочей силы.
28. Методики определения цены на рабочую силу.
29. Прогнозирование рынка труда.
30. Коммуникативная политика в маркетинге персонала.
31. Способы трудоустройства.
32. Организация рекламы субъектов рынка рабочей силы.

Тема 5. Определение потребности в персонале

33. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
34. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.
35. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.
36. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
37. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
38. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.
39. Анализ основных конкурентов.
40. Анализ и поиск активных партнеров.
41. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.
42. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда для данной организации.

Тема 6. Технология маркетинга персонала организации

43. Сущность, элементы, цели маркетинга персонала.
44. Факторы, формирующие технологии маркетинга персонала.
45. Уровни маркетинга персонала. Классификация маркетинга персонала.
46. Модель маркетинга персонала – микс.

Тема 7. Коммуникации в маркетинге персонала

47. Особенности формирования имиджа работодателя.
48. Элементы кадровой рекламы.
49. Имиджевый профиль предприятия-работодателя.
50. Меры по поддержке имиджа работодателя.
51. Меры по формированию внутренних связей предприятия.
52. Этапы процесса позиционирования в маркетинге персонала.
53. Процедура реализации маркетинга персонала.

Тема 8. Контроль реализации маркетинга персонала

54. Виды, элементы, формы, функции контроля маркетинга персонала.
55. Основные подходы к организации контроля маркетинга персонала.

Тема 9. Процедура обеспечения организации персоналом

56. Методы прямого поиска кандидатов на должность в организации.

57. Технологии оценки претендентов при найме на работу.
58. Сравнительная оценка методов отбора при отборе персонала.
59. Новые технологии в предварительном отборе кадров.
60. Планирование работы с кадровыми агентствами.
61. Планирование кадрового резерва на предприятии.
62. Психологическое тестирование как метод оценки персонала.
63. Формирование «Конуса собеседования» и оценочного листа.

Тема 10. Особенности международного маркетинга персонала

64. Процесс интернационализации организаций.
65. Особенности коммуникаций с иностранными наемными работниками.
66. Нормативно-правовая база работы с иностранными кадрами на территории России .
67. Регулирование рынка труда в зарубежных странах.

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение) 2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение) 3. Google Chrome (свободно распространяемое программное обеспечение) 4. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение) 5. Спутник (свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства) 6. AnyLogic (свободно распространяемое программное обеспечение) 7. Microsoft Visual Studio (лицензионное программное обеспечение) 8. iTALC (свободно распространяемое программное обеспечение) 9. ArgoUML (свободно распространяемое программное обеспечение) 10. ARIS EXPRESS (свободно распространяемое программное обеспечение) 11. Erwin (свободно распространяемое программное обеспечение) 12. Inkscape (свободно распространяемое программное обеспечение) 13. Maxima (свободно распространяемое программное обеспечение) 14. Microsoft SQL Server Management Studio (лицензионное программное обеспечение) 15. Microsoft Visio (лицензионное программное обеспечение) 16. MPLAB (свободно распространяемое программное обеспечение) 17. Notepad++ (свободно распространяемое программное обеспечение) 18. Oracle VM VirtualBox (свободно распространяемое программное обеспечение) 19. Paint .NET (свободно распространяемое программное обеспечение) 20. SciLab (свободно распространяемое программное обеспечение) 21. WinAsm (свободно распространяемое программное обеспечение) 22. GNS 3 (свободно распространяемое программное обеспечение) 23. Антиплагиат. Вуз (лицензионное программное обеспечение) 24. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 25. 1С:Предприятие 8.3 (лицензионное программное обеспечение) 26. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа)
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" 2. https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа) 3. https://nekotler.ru/marketing-sites/ 4. https://www.cossa.ru/

Материально-техническое обеспечение	<p>Учебные аудитории для проведения:</p> <p>занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p> <p>Лаборатории и кабинеты:</p> <p>1. Учебная аудитория Лаборатория информатики Компьютерный класс, включая оборудование: Комплекты учебной мебели, демонстрационное оборудование – проектор и компьютер, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, доска, персональные компьютеры</p>
-------------------------------------	---

8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9.1 Основная литература								
9.1.1	Патласов О.Ю.	Маркетинг персонала	Дашков и К	2018	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/85252.html	по логину и паролю
9.1.2	Масалова Ю.А.	Маркетинг персонала	Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»	2017	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/87128.html	по логину и паролю
9.1.3	Дейнека А.В.	Управление персоналом организации	Дашков и К	2018	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/85634.html	по логину и паролю
9.2 Дополнительная литература								
9.2.1	Калюгина С.Н. Савченко И.П. Мухорьянова О.А.	Маркетинг персонала	Северо-Кавказский федеральный университет	2016	практикум	-	http://www.iprbookshop.ru/66048.html	по логину и паролю
9.2.2	Шлендер П.Э. Лукашевич В.В. Мостова В.Д. Артемьев А.Н. Соскин Я.Г.	Управление персоналом	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/71073.html	по логину и паролю
9.2.3	Семенова В.В. Кошель И.С. Мазур В.В.	Управление персоналом: основные технологии. Практикум	Дашков и К	2020	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/107832.html	по логину и паролю

9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а

также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;
- педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Год начала подготовки студентов - 2021