

Автономное образовательное учреждение
высшего образования Ленинградской области
«Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА»

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) образовательной программы
Маркетинг

Форма обучения
заочная

Гатчина
2017

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг персонала» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) подготовки – Маркетинг

Уровень: бакалавриат

Организация-разработчик: АОУ ВО ЛО «Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Разработчик: д.э.н., доцент, профессор кафедры маркетинга _____/Левизов В. А.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры маркетинга «26» августа 2017 г. Протокол №1.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой _____/Левизов В.А.

Руководитель ОП _____/ Левизов В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	10
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования,	11
описание шкал оценивания	11
7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	15
7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	16
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине	17
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	18
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	18
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения.....	21
12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	21

1. Пояснительная записка

Дисциплина «Маркетинг персонала» занимает важное место при подготовке бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент.

Сфера услуг является как в развитых странах, так и в РФ наиболее важным источником создания ВВП и рабочих мест. Однако усиление конкуренции, переход к цифровой экономике требуют новых подходов к управлению персоналом. Маркетинг персонала позволят повысить эффективность работ предприятия сервиса за счет более полного использования человеческого потенциала.

Целями преподавания учебной дисциплины «Маркетинг персонала» являются расширение знаний, приобретение умений и навыков по анализу и сегментации трудовых рынков, формирование практических навыков по планированию качественной и количественной потребности в персонале, управлению организационной культурой.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомить студентов с теоретическими основами и концепциями внутреннего маркетинга персонала.
2. Сформировать у обучающихся навыки определения качественной и количественной потребности в персонале.
3. Способствовать развитию у студентов способностей по управлению организационной культурой фирмы.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг персонала» участвует в формировании следующей компетенции

ПК-1. Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	<p>Знать: Принципы и инструменты комплекса внутреннего маркетинга Принципы маркетинга персонала Основные теории мотивации Особенности управления организационной культурой</p> <p>Уметь: Диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию Применять инструменты комплекса внутреннего маркетинга для решения стратегических и оперативных задач по управлению персоналом</p> <p>Владеть: Проведения диагностики организационной культуры с целью ее совершенствования в соответствии со стратегией фирмы Использования основных теорий мотивации, для решения стратегических и оперативных управленческих задач в области маркетинга персонала</p>
--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «Маркетинг персонала» является дисциплиной по выбору вариативной части плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг.

Шифр компетенции	Предшествующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция	Последующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция
ПК-1	Управление человеческими ресурсами Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг персонала» составляет 5 зачетных единиц или 180 академических часов.

Курс		4	Всего
Общая трудоемкость (всего з.ед. / ак. часов)		5/180	5/180
Контактная работа	Лекции	8	8
	Практические занятия	8	8
Самостоятельная работа		162	162
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	2	2

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость				Содержание
		всего	лекции	практич. занятия	самост. работа (по дисциплине и контролю)	
1.	Теоретические аспекты маркетинга персонала	33	1	1	31	Внутренний маркетинг. Роль персонала в успешном функционировании предприятий сервиса и организации контактной зоны. «Цепь создания прибыли в обслуживании». Современные особенности управления персоналом. Типы маркетинга в сфере сервиса. Инструменты комплекса внутреннего маркетинга Рассмотрение персонала как «особой категории клиентов» предприятия сервиса, а потребителей как «особой категории работников» в компаниях сферы услуг. Основные направления развития внутреннего маркетинга. Управление персоналом в сфере сервиса. Маркетинг персонала: определение, цели, принципы, функции.
2.	Особенности маркетинга рабочей силы	34	1	1	32	Тенденции развития рынка труда. Базовые принципы концепции маркетинга рабочей силы.
3.	Управление организационной культурой	37	2	2	33	Принципы повышения роли организационной культуры при переходе к процессному менеджменту. Определение понятия организационной культуры. Основные элементы организационной культуры. Совершенствование элементов организационной культуры.

						Применение методики ОСАІ к анализу сложившейся организационной культуры на предприятиях сервиса. Взаимосвязь между стратегией, структурой и организационной культуры фирмы. Проведение аудита организационной культуры. Управление талантами и организационной культурой в сфере сервиса.
4.	Технология маркетинга персонала	37	2	2	33	Определение качественной и количественной потребности в персонале. Сегментация рынка труда. Управление имиджем организации. Основные источники покрытия потребности в персонале. Управление талантами. Формирование и развитие кадрового резерва. Теоретические аспекты организационно – управленческой деятельности на предприятиях сервиса.
5.	Самомаркетинг и самоменеджмент	37	2	2	33	Руководство. Личность менеджера. Лидерство и стиль управления. Власть и партнерство. Теории "Х" и "У" Д.МакГрегора. Теория "Z" У.Оучи. Преимущества и недостатки различных подходов к осуществлению влияния на людей. Экономика и социология управления персоналом и формирование человеческого капитала. Групповая динамика и разрешение конфликтов. Формальное и неформальное управление. Определение лидера группы. Построение социогаммы группы. Применение методов социометрии в управлении командами при организации контактной зоны предприятия сервиса. Управление конфликтами. Основные типы конфликтов: внутриличностные, межличностные, межгрупповые, конфликты между личностью и группой. Основные причины конфликтов: распределение ограниченных ресурсов, взаимозависимость задач, противоречия между целями смежных подразделений, различия в представлениях и ценностях людей, различия в манере поведения и

					<p>жизненном опыте, плохая передача информации в организации. Методы управления конфликтами при организации контактной зоны на предприятиях сервиса. Структурные методы разрешения конфликтов: разъяснение требований к работе, координационные и интеграционные механизмы, общеорганизационные комплексные цели, структура системы вознаграждения. Межличностные методы разрешения конфликтов: уклонение, сглаживание, принуждение, компромисс, решение проблемы. Положительные стороны конфликтов. Основы управления временем. Функции самоменеджмента. Осуществление самофотографии рабочего дня и анализ использования рабочего времени. Определение целей и планирование времени. Выбор жизненных целей. Изучение собственных сильных и слабых сторон. Формирование подцелей для достижения жизненных целей. Принцип Парето. Определение приоритетов с помощью принципа Эйзенхауэра. Планирование времени руководителя. Определение индивидуального графика работоспособности. Реализация плана и самоконтроль. Делегирование полномочий. Борьба с поглотителями времени. Использование невербальной информации в общении. Рациональное чтение.</p>
	Экзамен	2	-	2	
	Итого	180	8	10	162

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ак. час.	Форма контроля
1	Изучение информации,	39	Активность участия в

	представленной в рекомендованных источниках и дополнительной литературе по темам лекционных занятий		работе на семинарах, устное собеседование
2	Подготовка к практическим занятиям: сбор, систематизация, анализ собранной информации.	41	ситуационные задачи
3	Подготовка к текущему контролю (тестирование, контрольная работа)	41	Тесты, контрольная работа
4	Подготовка к промежуточной аттестации (вопросы к экзамену)	41	Собеседование, тестирование, ситуационные задачи

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее методическое обеспечение:

1. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / О. Ю. Патласов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 384 с. - ISBN 978-5-394-02354-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513091>

2. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: Учеб. пос. / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова; Гос. Университет управления. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 301 с.: 60х90 1/16. - (Высшее обр.). (п) ISBN 978-5-16-002398-4 <http://znanium.com/bookread2.php?book=402612>

3. Соломанидина Т. О. Мотивация трудовой деятельности персонала: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Управление персоналом", "Организационное поведение", "Мотивация персонала" / Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 312 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-238-01609-2 <http://znanium.com/bookread2.php?book=881197>

4. Фонд оценочных и методических материалов по дисциплине «Маркетинг персонала».

7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Изучение дисциплины «Маркетинг персонала» предполагает формирование компетенции:

ПК-1. Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной

1 этап	2 этап
Управление человеческими ресурсами (3 курс)	Маркетинг персонала/ Адаптация лиц с ограниченными возможностями здоровья к жизни (4 курс)
Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (3 курс)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (4 курс)

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Шкала оценивания	Компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
			Оценка «неудовлетворительн о» / незачет (0-54 баллов)	Оценка «удовлетворительно» / зачет (55-69 баллов)	Оценка «хорошо» / зачет (70-84 балла)	Оценка «отлично» / зачет (85-100 баллов)
2 этап						
Описание показателей и критериев оценивания компетенций	ПК-1	Знания: Принципы и инструменты комплекса внутреннего маркетинга Принципы маркетинга персонала Основные теории мотивации Особенности управления организационной культурой; основных теорий лидерства и власти особенностей управления группой Последовательности проведения аудита человеческих ресурсов	Не знает: принципы и инструменты комплекса внутреннего маркетинга Принципы маркетинга персонала Основные теории мотивации Особенности управления организационной культурой; основных теорий лидерства и власти особенностей управления группой Последовательности проведения аудита человеческих ресурсов	Демонстрирует частичные знания без грубых ошибок: В принципах и инструментах комплекса внутреннего маркетинга Принципах маркетинга персонала Основных теориях мотивации Особенностях управления организационной культурой; основных теорий лидерства и власти особенностей управления группой Последовательности проведения аудита человеческих ресурсов	Знает достаточно в базовом объеме: Принципы маркетинга персонала Основные теории мотивации Особенности управления организационной культурой; основных теорий лидерства и власти особенностей управления группой Последовательности проведения аудита человеческих ресурсов	Демонстрирует высокий уровень знаний: В принципах и инструментах комплекса внутреннего маркетинга Принципах маркетинга персонала Основных теориях мотивации Особенностях управления организационной культурой; основных теорий лидерства и власти особенностей управления группой Последовательности проведения аудита человеческих ресурсов
		Умения: Диагностировать	Не умеет или демонстрирует частичные уме-	Демонстрирует частичные умения без	Умеет применять знания на практике в базовом	Демонстрирует высокий уровень умений при:

	<p>организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию</p> <p>Применять инструменты комплекса внутреннего маркетинга для решения стратегических и оперативных задач по управлению персоналом;</p> <p>Разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и программы их адаптации</p> <p>Разрабатывать программы обучения сотрудников и оценивать их эффективность</p> <p>Разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации</p>	<p>ния, допуская грубые ошибки при:</p> <p>Диагностировании организационной культуры, выявлении ее сильных и слабых сторон, разработке предложения по ее совершенствованию</p> <p>Применении инструментов комплекса внутреннего маркетинга для решения стратегических и оперативных задач по управлению персоналом; при разработке мероприятий по привлечению и отбору новых сотрудников и программы их адаптации</p> <p>Разработке программ обучения сотрудников и оценке их эффективности</p> <p>Разработке мероприятий по мотивированию и стимулированию персонала организации</p>	<p>грубых ошибок при:</p> <p>Диагностировании организационной культуры, выявлении ее сильных и слабых сторон, разработке предложения по ее совершенствованию</p> <p>Применении инструментов комплекса внутреннего маркетинга для решения стратегических и оперативных задач по управлению персоналом; при разработке мероприятий по привлечению и отбору новых сотрудников и программы их адаптации</p> <p>Разработке программ обучения сотрудников и оценке их эффективности</p> <p>Разработке мероприятий по мотивированию и стимулированию персонала организации</p>	<p>объеме при:</p> <p>Диагностировании организационной культуры, выявлении ее сильных и слабых сторон, разработке предложения по ее совершенствованию</p> <p>Применении инструментов комплекса внутреннего маркетинга для решения стратегических и оперативных задач по управлению персоналом; при разработке мероприятий по привлечению и отбору новых сотрудников и программы их адаптации</p> <p>Разработке программ обучения сотрудников и оценке их эффективности</p> <p>Разработке мероприятий по мотивированию и стимулированию персонала организации</p>	<p>Диагностировании организационной культуры, выявлении ее сильных и слабых сторон, разработке предложения по ее совершенствованию</p> <p>Применении инструментов комплекса внутреннего маркетинга для решения стратегических и оперативных задач по управлению персоналом; при разработке мероприятий по привлечению и отбору новых сотрудников и программы их адаптации</p> <p>Разработке программ обучения сотрудников и оценке их эффективности</p> <p>Разработке мероприятий по мотивированию и стимулированию персонала организации</p>
--	---	---	---	--	---

		<p>Навыки: Проведения диагностики организационной культуры с целью ее совершенствования в соответствии со стратегией фирмы</p> <p>Использования основных теорий мотивации, для решения стратегических и оперативных управленческих задач в области маркетинга персонала; Навыками организации групповой работы на основе знаний процессов групповой динамики</p> <p>Проведения аудита человеческих ресурсов</p> <p>Использования теорий лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p> <p>Формирования и управления командами</p>	<p>Не владеет или демонстрирует низкий уровень владения навыками:</p> <p>проведения диагностики организационной культуры с целью ее совершенствования в соответствии со стратегией фирмы</p> <p>Использования основных теорий мотивации, для решения стратегических и оперативных управленческих задач в области маркетинга персонала; Навыками организации групповой работы на основе знаний процессов групповой динамики</p> <p>Проведения аудита человеческих ресурсов</p> <p>Использования теорий лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p>	<p>Демонстрирует частичное владение без грубых ошибок навыками:</p> <p>проведения диагностики организационной культуры с целью ее совершенствования в соответствии со стратегией фирмы</p> <p>Использования основных теорий мотивации, для решения стратегических и оперативных управленческих задач в области маркетинга персонала; Навыками организации групповой работы на основе знаний процессов групповой динамики</p> <p>Проведения аудита человеческих ресурсов</p> <p>Использования теорий лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p> <p>Формирования и управления командами</p>	<p>Владеет базовыми приемами:</p> <p>Проведения диагностики организационной культуры с целью ее совершенствования в соответствии со стратегией фирмы</p> <p>Использования основных теорий мотивации, для решения стратегических и оперативных управленческих задач в области маркетинга персонала; Навыками организации групповой работы на основе знаний процессов групповой динамики</p> <p>Проведения аудита человеческих ресурсов</p> <p>Использования теорий лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p> <p>Формирования и управления командами</p>	<p>Демонстрирует владение на высоком уровне навыками:</p> <p>Проведения диагностики организационной культуры с целью ее совершенствования в соответствии со стратегией фирмы</p> <p>Использования основных теорий мотивации, для решения стратегических и оперативных управленческих задач в области маркетинга персонала; Навыками организации групповой работы на основе знаний процессов групповой динамики</p> <p>Проведения аудита человеческих ресурсов</p> <p>Использования теорий лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p> <p>Формирования и управления командами</p>

			Формирования и управления командами			
--	--	--	--	--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра маркетинга

БИЛЕТ № 1

По дисциплине «Маркетинг персонала»

2017-2018 уч.год

Теоретические вопросы:

1. Внутренний маркетинг как один из видов маркетинга в сфере услуг
2. Основные особенности и элементы организационной культуры

Практико-ориентированное задание:

Укажите недостатки и сильные стороны в осуществлении маркетинга взаимодействия в институте.

Зав.кафедрой «Маркетинга»

д.э.н., доцент Левизов В.А. _____

(подпись)

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра маркетинга

БИЛЕТ № 2

По дисциплине «Маркетинг персонала»

2017-2018 уч.год

Теоретические вопросы:

1. Особенности методики ОСАИ
2. Методика «цепь создания прибыли в обслуживании»

Практико-ориентированное задание:

Семья на Новый год забронировала места в ресторане заранее, чтобы принять участие в детском тематическом мероприятии. Однако, когда она прибыла за полчаса до начала мероприятия, оказалось, что места не зарезервированы. Сотрудник предложил им подождать, так как возможно будут иметься свободные места. Семье действительно предоставили места, но лишь через 20 минут после начала, поэтому люди написали письмо с жалобой менеджеру. Если бы вы были менеджером, то как тогда, используя методы управления конфликтами, Вы бы поступили? Что бы Вы изменили в управлении персоналом?

Зав.кафедрой «Маркетинга»

д.э.н., доцент Левизов В.А. _____

(подпись)

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра маркетинга

БИЛЕТ № 3

По дисциплине «Маркетинг персонала»

2017-2018 уч.год

Теоретические вопросы:

1. Конкуренция за таланты как направление внутреннего маркетинга
2. Диагностика организационной культуры по методике ОСАИ

Практико-ориентированное задание:

Рассматривая студентов вуза как «особую категорию работников» института, предложите мероприятия, которые бы позволили улучшить как эффективность работы института, так и повысить качество обучения и доходы студентов.

Зав.кафедрой «Маркетинга»

д.э.н., доцент Левизов В.А. _____

(подпись)

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В ГИЭФПТ для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности используется балльно-рейтинговая система. Под балльно-рейтинговой системой понимается система количественной оценки качества освоения ОП ВО. При этом изучаемая дисциплина делится на ряд самостоятельных, логически завершенных разделов (модулей) для проведения по ним контрольных мероприятий.

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала теоретического и практического характера, регулярно осуществляемую на протяжении семестра. К достоинствам данного типа относится его систематичность, непосредственно коррелирующаяся с требованием постоянного и непрерывного мониторинга качества обучения, а также возможность балльно-рейтинговой оценки успеваемости обучающихся. К основным формам текущего контроля (текущей аттестации) можно отнести устный опрос, письменные задания, лабораторные работы, контрольные работы.

Промежуточная аттестация, как правило, осуществляется в конце семестра и может завершать изучение как отдельной дисциплины, так и ее раздела (разделов) /модуля (модулей). Промежуточная аттестация помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Достоинства: помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Основные формы: зачет и экзамен. Текущий контроль и промежуточная аттестация традиционно служат основным средством обеспечения в учебном процессе «обратной связи» между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

По результатам промежуточной аттестации студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в зачетных единицах, выставляется дифференцированная оценка в принятой вузе системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по этой дисциплине.

По дисциплине «Маркетинг персонала» предусмотрен экзамен.

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ			
	Минимальный	Основной	Продвинутый
<i>Баллы</i>	55-69	70-84	85-100
<i>Оценка</i>	3	4	5

Оценка **5 («отлично», 85-100 баллов)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала;
- демонстрируют знание современной учебной и научной литературы;

- способны творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;
- владеют понятийным аппаратом;
- демонстрируют способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематики;
- подтверждают теоретические постулаты примерами из правоприменительной практики.

Оценка **4 («хорошо», 70-84 балла)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают твёрдое знание программного материала;
- усвоили основную и наиболее значимую дополнительную литературу;
- способны применять знание теории к решению задач профессионального характера;
- допускают отдельные погрешности и неточности при ответе.

Оценка **3 («удовлетворительно», 55-69 баллов)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- в основном знают программный материал в объёме, необходимом для предстоящей работы по профессии;
- в целом усвоили основную литературу;
- допускают отдельные погрешности в ответе на вопросы.

Оценка **2 («неудовлетворительно», 0-54 балла)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают значительные пробелы в знаниях основного программного материала;
- допускают принципиальные ошибки в ответе на вопросы;
- демонстрируют незнание теории и практики профессиональной деятельности.

Основанием для **недопуска** к экзамену является то, что обучающийся во время семестра не набрал установленного минимума баллов – 55 баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине

а) основная литература:

1. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / О. Ю. Патласов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 384 с. - ISBN 978-5-394-02354-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513091>

2. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: Учеб. пос. / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова; Гос. Университет управления. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 301 с.: 60х90 1/16. - (Высшее обр.). (п) ISBN 978-5-16-002398-4 <http://znanium.com/bookread2.php?book=402612>

3. Соломанидина Т. О. Мотивация трудовой деятельности персонала: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Управление персоналом", "Организационное поведение", "Мотивация персонала" / Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 312 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-238-01609-2 <http://znanium.com/bookread2.php?book=881197>

б) дополнительная литература:

1. Ричи Ш. Управление мотивацией: 12 факторов мотиваций: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Управление персоналом", "Менеджмент организации", "Психология" / Ричи Ш., Мартин П., Лалаян Е.; Под ред. Климов Е.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 399 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=883709>

2. Управление персоналом: Учебное пособие, - 2-е изд. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 242 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=926039>

3. Минева О. К. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=542393>

4. Дейнека А. В. Управление персоналом организации / Дейнека А.В. - М.:Дашков и К, 2017. - 288 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=512044>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал профессионального сообщества кадровиков // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pro-personal.ru/>

2. Ведущий портал о кадровом менеджменте // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hrm.ru/>

3. Портал по вопросам управления персоналом. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hrmaximum.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых, дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям, зачету.

Важным условием успешного изучения дисциплины является посещение лекций. Под посещением подразумевается не форма пассивного присутствия, а активная работа по изучению нового материала. Подготовка к лекционным занятиям включает в себя анализ предлагаемых для изучения вопросов, изучение нормативных источников и учебной и научной литературы по рассматриваемым вопросам лекции. В процессе лекции обучающийся может задавать уточняющие вопросы, осуществить взаимосвязь нового материала с уже изученным, подготовить базу для эффективного использования полученных знаний, облегчить подготовку к практическому занятию. Эффективным способом фиксации лекционного материала является конспектирование, представляющее собой не только фиксацию важнейших моментов лекции, но и указание примеров для понимания того или иного теоретического материала.

При подготовке к практическому занятию необходимо использовать конспектированные материалы лекций, учебную и научную литературу. Подготовка ответов по выносимым на обсуждение вопросам практического занятия включает в себя не только прочтение материала, но и его анализ и критическую оценку. Обучающемуся следует выявить малоизученные аспекты рассматриваемых вопросов, проявить инициативу при подготовке к практическому занятию.

При подготовке к практическим занятиям и зачету рекомендуется систематизировать знания, изображая их в табличном, графическом или схематичном виде. Это позволит установить взаимосвязь изучаемых явлений, упростит задачу запоминания материала, облегчит процесс практического применения полученных знаний.

Задачей практических занятий является выработка умения использовать теоретические знания, проявить наличие практических навыков. При подготовке к практическому занятию следует заблаговременно обеспечить наличие необходимо для данного занятия материала, самостоятельно повторить ранее изученные темы.

Для успешного освоения дисциплины важным является умение работать с терминами и их определениями. Для работы с терминологией эффективным является использование как учебной и научной литературы, так и юридических и философских словарей.

Работа с терминами может осуществляться как в форме составления собственных тематических словариков для удобства и скорости поиска необходимого термина. С этой целью необходимо каждый новый встречающийся термин записывать и во время подготовки к семинарским и практическим занятиям указывать соответствующее определение. В случае возникновения сложности выбора определения из имеющегося объема в рамках научного знания необходимо задавать вопросы преподавателю в рамках лекционных и практических занятий.

Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине «Маркетинг персонала» включают в себя следующие виды занятий:

- интерактивные лекции, предполагают использование метода проблемного изложения. При таком подходе лекция становится похожей на диалог, преподавание имитирует исследовательский процесс (выдвигаются первоначально несколько ключевых постулатов по теме лекции, изложение выстраивается по принципу самостоятельного анализа и обобщения студентами учебного материала). Эта методика позволяет заинтересовать студента, вовлечь его в процесс обучения. Противоречия научного познания раскрываются посредством постановки проблемы. Учебная проблема и проблемная ситуация являются основными структурными компонентами проблемного обучения. Перед началом изучения определенной темы курса ставится перед студентами проблемный вопрос или дается проблемное задание. Стимулируя разрешение проблемы, преподаватель снимает противоречия между имеющимся ее пониманием и требуемыми от студента знаниями. Эффективность такого метода в том, что отдельные проблемы могут подниматься самими студентами. Главный успех данного метода в том, что преподаватель добивается от аудитории «самостоятельного решения» поставленной проблемы. Организация проблемного обучения представляется достаточно сложной, требует значительной подготовки лектора. Однако на начальном этапе использования этого метода его можно внедрять в структуру готовых, ранее разработанных лекций, практических занятий как дополнение.

- групповые дискуссии, применяются для обеспечения навыков командной работы и межличностной коммуникации и представляют собой оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения представленной темы, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Кроме того, в ходе занятий проводятся круглые столы по заданным тематикам.

- анализ ситуаций (кейс-метод) — техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. В основе метода конкретных ситуаций лежит описание конкретной профессиональной деятельности или эмоционально-поведенческих аспектов взаимодействия людей. При изучении конкретной ситуации, и анализе конкретного примера студент должен вжиться в конкретные обстоятельства, понять ситуацию, оценить обстановку, определить, есть ли в ней проблема и в чем ее суть. Определить свою роль в решении проблемы и выработать целесообразную линию поведения.

Оценочные и методические материалы по дисциплине «Маркетинг персонала» представлены в ФОММ.

При подготовке к промежуточному или итоговому тестированию необходимо изучить теоретический и практический материал. Тестовые задания (с перечнем возможных вариантов ответов, среди которых хотя бы один ответ является неверным) обеспечивают структурность мышления, вынужденного выбрать из предложенных вариантов ответ все правильные варианты. Тестовые задания на установления соответствия подразумевают необходимость проявления не только знания учебного материала, но и умения применять правила формальной логики. Тестовые задания на упорядочение направлены на установление логической последовательности рассматриваемых явлений (времени существования явлений, расположения структурных элементов правовых документов и т.п.).

Эффективным способом для подготовки к тестированию является работа обучающегося по решению тестовых заданий, предоставленных для самостоятельной работы. Также при подготовке к такой форме контроля знаний, как решение тестовых заданий, следует самостоятельно попытаться проработать рассматриваемые в дисциплине вопросы в форме составления тестовых заданий.

При подготовке к экзамену следует иметь в виду, что он является итоговой формой контроля по изучению данной учебной дисциплины. Экзамен подразумевает максимальную концентрацию знаний и умений, предполагающих полное изучение материала дисциплины.

Экзамен проводится в форме устного собеседования и выполнения письменного задания, либо теста.

Решение преподавателя об итоговой оценке принимается по результатам устного ответа и выполненного письменного (тестового) задания, в зависимости от шкалы оценки.

Работа с печатными изданиями для обучающегося может быть связана с трудностями в области доступа к современной научной печатной литературе. В связи с развитием научно-технического прогресса в такой ситуации надлежит воспользоваться материалами, находящимися в открытом доступе сети Internet. Также необходимо учитывать, что по состоянию на сегодняшний день многие справочные правовые системы содержат не только текст нормативных актов, но и научные статьи по различным вопросам (например, СПС «Консультант Плюс»). Одновременно следует обратить свое внимание на публичные библиотеки, предоставляющие возможность доступа к электронным версиям печатных источников.

В силу кратковременности изучения и значительного объема данной учебной дисциплины кафедра настоятельно рекомендует систематически, а не эпизодически работать над изучением курса.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

Программное обеспечение:

- 1) Операционная система (Microsoft Windows *Проприетарная*);
- 2) Пакет офисных программ (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access, MS Publisher и др. *Проприетарная*);
- 3) Программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (Foxit Reader *GNU Lesser General Public License*);
- 4) Интерпретатор HTML кода, а также другие языки разметки web-страниц (Mozilla Firefox *GNU Lesser General Public License*);

Информационные справочные системы:

- 1) Автоматизированная информационная библиотечная система Marc21SQL;
- 2) Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№ п/п	Наименование	Количество
1.	Специализированные аудитории:	
	Межкафедральная лаборатория сервисных и социальных технологий / Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 10а	1
2.	Технические средства обучения:	
	экран настенный ауд. № 10а	1
	мультимедийный проектор ауд. № 10а	1
	компьютер с программным обеспечением ауд. № 10а	1
3.	Специализированные аудитории:	
	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / компьютерный класс / помещение для самостоятельной работы №44.	1
4.	Технические средства обучения:	
	компьютер с программным обеспечением ауд. № 44	15

5.	Специализированные аудитории:	
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №1		1

Пронумеровано и
прошито 22 листов

Зав. УМО _____

М.П. Ковязина

