

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Сочинский государственный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета экономики и права
С.В Петрова



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОД

А.В. Иваненко



2024 год

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг персонала

Шифр и направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Профиль подготовки: Управление персоналом

Форма обучения: очная

Выпускающая кафедра Инновационных технологий в экономике и управлении

Кафедра-разработчик рабочей программы Инновационных технологий в экономике и управлении

Год набора 2024

Семестр	Трудоемкость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
7	144/4	36	18	54	-	Экзамен (36)
Итого	144/4	36	18	54	-	Экзамен (36)

Сочи 2024

Лист согласования рабочей программы дисциплины Маркетинг персонала

Рабочую программу составил(и):

 _____ доц. Баранова А.Ю.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Внешний эксперт _____

Заведующий
кафедрой



Борисова Т.Г.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует
библиотечному фонду СГУ:

Директор НОБ



подпись

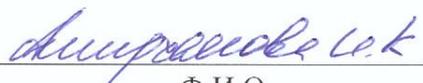


Ф.И.О.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям
Отдел качества образования и
методического обеспечения



подпись



Ф.И.О.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 202_ – 202_ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 202_ г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой _____

подпись

ФИО

(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Рабочая программа переутверждена на 202_ – 202_ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 202_ г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой _____

подпись

ФИО

(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Рабочая программа переутверждена на 202_ – 202_ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 202_ г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой _____

подпись

ФИО

(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг персонала» является получение студентами основ теоретических знаний и практических навыков по формированию и реализации организационно-экономического механизма определения и удовлетворения потребности в персонале в рамках кадровой политики по привлечению работников в организацию.

Задачи дисциплины:

- студенты должны знать планирование кадровой работы и маркетинг персонала;
- студенты должны уметь: обеспечивать организацию кадрами специалистов требуемой квалификации, необходимого уровня и направленности подготовки;
- анализировать рынок труда;
- прогнозировать и определять потребность в персонале; участвовать в процессах планирования и оптимизации структуры персонала организации;
- студенты должны владеть: современными методами управления персоналом.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана.

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции (перечисляются дисциплины, практики кроме, ГЭ, ВКР)
Профессиональные компетенции	
ПК- 2 Способен осуществлять деятельность по формированию, нормированию, движению и оценке персонала	Управление персоналом Экономика труда Персональный менеджмент Маркетинг персонала Управление процессами бизнес-коммуникации Стратегический менеджмент Страхование Теория организации Исследование систем управления персоналом Трудовое право Социальный менеджмент Корпоративная социальная ответственность бизнеса Инвестиционный менеджмент Этика профессиональной деятельности Менеджмент качества Квалиметрия Риск-менеджмент Управление экономическими рисками Преддипломная практика Технологическая (проектно-технологическая) практика

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК – профессиональные компетенции

Компетенции и индикаторы их достижения		
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
ПК-2 Способен осуществлять деятельность по формированию, нормированию, движению и оценке персонала	ПК-2.1 Осуществляет поиск, привлечение, подбор и отбор персонала	Знать: маркетинговые методы по привлечению, подбору и отбору персонала Уметь: осуществлять обработку и систематизацию информации по привлечению, подбору и отбору персонала Владеть: методами сбора обработки и систематизации информации по привлечению, подбору и отбору персонала
	ПК-2.2 Принимает управленческие решения по формированию, нормированию, движению и оценке персонала	Знать: методы анализа рынка труда Уметь: планировать подбор персонала Владеть: навыками обеспечения организации кадрами нужной специализации
	ПК-2.3 Способен построить траекторию карьерного роста	Знать: способы построения карьеры с учетом профессиональной деятельности Уметь: применять маркетинговые технологии по построению карьеры Владеть: навыками продвижения по карьерной лестнице

4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	Тема 1. Суть маркетинга персонала	8	2	2	0	4
2	Тема 2. Персонал-маркетинг	6	2	0	0	4
3	Тема 3. Эволюция маркетинга персонала	8	2	2	0	4
4	Тема 4. Генезис маркетинг персонала	6	2	0	0	4
5	Тема 5. Российская теория маркетинга персонала	8	2	2	0	4
6	Тема 6. Авторские подходы к маркетингу персонала	6	2	0	0	4
7	Тема 7. Технологии	8	2	2	0	4
8	Тема 8. Сегментация рынка труда	6	2	0	0	4
9	Тема 9. Анализ и поиск активных	8	2	2	0	4
10	Тема 10. Имидж	4	2	0	0	2
11	Тема 11. Маркетинговые	6	2	2	0	2
12	Тема 12. Коммуникативная функция маркетинга персонала	4	2	0	0	2
13	Тема 13. Порядок разработки и внедрения требований к должностям	6	2	2	0	2
14	Тема 14. Ресурсы маркетинга персонала	4	2	0	0	2
15	Тема 15. Внутренний маркетинг персонала	6	2	2	0	2
16	Тема 16. Внешний маркетинга персонала	4	2	0	0	2
17	Тема 17. Управление корпоративной культурой и поведением персонала	6	2	2	0	2
18	Тема 18. Адаптация персонала	4	2	0	0	2
	Экзамен	36				
	Итого	144	36	18	0	54

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
-------	------------------------------	--------------------

1	Тема 1. Суть маркетинга персонала	Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала.
2	Тема 2. Персонал-маркетинг	Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом.
3	Тема 3. Эволюция маркетинга персонала	Функции маркетинга персонала. Этапы развития маркетинга персонала. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом.
4	Тема 4. Генезис маркетинг персонала	Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала: Д. Белл; Г. Штрутц; Р. Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В. Фрелинхом и К. Зитценшток
5	Тема 5. Российская теория маркетинга персонала	Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова.
6	Тема 6. Авторские подходы к маркетингу персонала	Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции.
7	Тема 7. Технологии маркетинга персонала	Определение качественной и количественной потребности в персонале. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
8	Тема 8. Сегментация рынка труда	Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда.
9	Тема 9. Анализ и поиск активных партнеров	Определение источников и путей покрытия потребности в персонале. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует данная организация.
10	Тема 10. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.
11	Тема 11. Маркетинговые исследования в области персонала	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала
12	Тема 12. Коммуникативная функция маркетинга персонала	Содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала, способы применения коммуникативной функции организации работодателя на рынке труда, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала

13	Тема 13. Порядок разработки и внедрения требований к должностям	Описание функционала сотрудников. Этапы оценки потребности в персонале. Проработка функциональной структуры управления. Определение нормативов трудоемкости.
14	Тема 14. Ресурсы маркетинга персонала	Определение количества временных и стоимостных ресурсов, необходимых для реализации функциональных обязанностей каждой отдельной должности. Цель должности. Место должности в рамках организационной структуры. Руководство, подчинение, замещение сотрудника. Требования к сотруднику: образование, специальность, знания, навыки, опыт работы.
15	Тема 15. Внутренний маркетинг персонала	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах Стратегический HR-менеджмент. Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Непосредственная синхронизация стратегических планов.
16	Тема 16. Внешний маркетинг персонала	Определение долгосрочных потребностей и возможностей в привлечении и изменении человеческих ресурсов, учитывая этап жизненного цикла компании, динамику развития, состояние продуктового портфеля, факторы влияния внешнего окружения организации (SWOT-анализ).
17	Тема 17. Управление корпоративной культурой и поведением персонала	Инжиниринг бизнес-процессов и внутренних коммуникаций. Проектирование структуры. Описание норм поведения при работе с клиентами и партнерами компании. Event-менеджмент. Построение организационной структуры компании. Проведение собеседований, комплексной оценки кандидатов (маркетинговые исследования). Разработка мотивационных систем. Управление обучением и развитием персонала. Проектирование карьеры (продвижения персонала).
18	Тема 18. Адаптация персонала	Комплексная разработка программ формирования лояльности персонала к компании и ее корпоративной культуре. Открытость руководства и корпоративной информации, командный дух, мотивационные и event-программы).

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1.	Тема 1. Суть маркетинга	Доклады с презентациями
2.	Тема 3. Эволюция маркетинга персонала	Доклады с презентациями
3.	Тема 5. Российская теория маркетинга персонала	Доклады с презентациями
4.	Тема 7. Технологии маркетинга персонала	Доклады с презентациями
5.	Тема 9. Анализ и поиск активных партнеров	Контрольная работа по темам 1-8

6.	Тема 11. Маркетинговые	Доклады с презентациями
7.	Тема 13. Порядок разработки и	Доклады с презентациями
8.	Тема 15. Внутренний маркетинг персонала	Доклады с презентациями
9.	Тема 17. Управление корпоративной культурой и	Тестирование

4.1.3 Лабораторные занятия

Не предусмотрены учебным планом.

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Тема 1. Суть маркетинга	Подготовка к докладам с презентациями
2	Тема 2. Персонал-маркетинг	Изучение конспекта лекций
3	Тема 3. Эволюция маркетинга персонала	Подготовка к докладам с презентациями
4	Тема 4. Генезис маркетинг персонала	Изучение конспекта лекций
5	Тема 5. Российская теория маркетинга	Подготовка к докладам с презентациями
6	Тема 6. Авторские подходы к маркетингу	Изучение конспекта лекций
7	Тема 7. Технологии маркетинга персонала	Подготовка к докладам с презентациями
8	Тема 8. Сегментация рынка труда	Изучение конспекта лекций
9	Тема 9. Анализ и поиск активных партнеров	Подготовка к контрольной работе по темам 1-8
10	Тема 10. Имидж организации и	Изучение конспекта лекций
11	Тема 11. Маркетинговые	Подготовка к докладам с презентациями
12	Тема 12. Коммуникативная	Изучение конспекта лекций
13	Тема 13. Порядок разработки и	Подготовка к докладам с презентациями
14	Тема 14. Ресурсы маркетинга персонала	Изучение конспекта лекций
15	Тема 15. Внутренний маркетинг персонала	Подготовка к докладам с презентациями
16	Тема 16. Внешний маркетинг персонала	Изучение конспекта лекций
17	Тема 17. Управление корпоративной	Подготовка к тестированию
18	Тема 18. Адаптация персонала	Изучение конспекта лекций

4.1.5 Интерактивные формы занятий

Количество занятий в интерактивной форме в соответствии с учебным планом не предусмотрено.

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Основная литература

1. Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14616-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544178> (дата обращения: 14.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537684> (дата обращения: 14.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Рынок труда : учебник и практикум для вузов / Е. Б. Яковлева [и др.] ; под редакцией Е. Б. Яковлевой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 253 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09043-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536536> (дата обращения: 14.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4.2.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. — URL: <https://www.sciencedirect.com/> (дата обращения: 14.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
2. SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. — URL: <https://link.springer.com/> (дата обращения: 14.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
3. Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. — Сочи, 2017 — . — URL: <http://lib.sutr.ru/> (дата обращения: 14.04.2024). — Текст : электронный.
4. КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». — Москва, 1997 — . — Режим доступа: локальная сеть СГУ. — Текст : электронный.

4.2.3 Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации Принята на всенародном голосовании 12 де-кабря 1993 г.— URL: <http://ivo.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm> (дата обращения: 14.04.2024г.)
2. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30.11.1994 N 51-ФЗ - Часть 1 (в действующей редакции)— URL: <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/> (дата обращения: 14.04.2024).
3. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 26.01.1996 N 14-ФЗ Часть 2 (в действующей редакции).— URL: <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/> (дата обращения: 14.04.2024)
4. Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 06.04.2024) — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 14.04.2024).

4.2.4 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения: 14.04.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2. Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub (дата обращения: 14.04.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3. Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: <https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F> (дата обращения: 14.04.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: <https://rusneb.ru> (дата обращения: 14.04.2024). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
5. Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL <https://polpred.com/> (дата обращения: 14.04.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 14.04.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7. КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: <https://cyberleninka.ru//> (дата обращения: 14.04.2024). – Текст : электронный.

4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине.
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приёмами выполнения практических задач, правильно и точно подтверждает сделанные при решении практических заданий выводы соответствующими нормативными документами, точно и правильно производит расчет показателей, демонстрирует полноту и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, затрудняется подтвердить сделанные при решении практических заданий выводы хотя бы одним нормативным документом,

допускает ошибки при проведении расчетов показателей, неточно использует основные процедуры и действия в предложенном практическом задании.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

1. Сущность и содержание понятия «маркетинг персонала».
2. Маркетинг персонала и его цели
3. Внешние и внутренние факторы, влияющие на персонал-маркетинг
4. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.
5. Целевой маркетинг.
6. Внутренний и внешний маркетинг персонала.
7. Маркетинг персонала-микс.
8. Основные этапы развития маркетинга персонала.
9. Основные теории маркетинга персонала.
10. Современные концепции маркетинга персонала.
11. Функции маркетинга персонала: традиционный и рыночный подходы.
12. Разработка качественных требований к персоналу.
13. Должностные инструкции. Основные требования к их разработке.
14. Исследование внешней и внутренней среды организации.
15. Исследование рынка труда. Внешний и внутренний рынки труда.
16. Инфраструктура рынка труда.
17. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.
18. Коммуникационная функция маркетинга персонала.
19. Сегментирование рынка труда. Основные критерии сегментирования рынка труда.
20. Основные направления маркетинга персонала.
21. Основные этапы маркетинговой деятельности.
22. Анализ конкурентов на рынке труда.
23. Анализ партнеров на рынке труда.
24. Определение количественной и качественной потребности в персонале.
25. Методы определения количественной потребности в персонале.
26. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала.
27. Внешние и внутренние источники покрытия потребности в персонале
28. Активные и пассивные пути покрытия потребности в персонале.
29. Этапы оценки потребности в персонале
30. Реклама и PR-технологии в системе кадрового маркетинга.
31. Методы привлечения персонала
32. Оценка эффективности маркетинга персонала.
33. Государственное регулирование маркетинга персонала.
34. Направления изучения рынка труда в маркетинге персонала.
35. Спрос на рабочие места. Потребности и ожидания работников.
36. Маркетинговые стратегии по привлечению и удержанию персонала.
37. Анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора персонала.
38. Этапы оценки потребности в персонале.
39. Порядок описания функционала сотрудников и подразделений разного уровня.
40. Критерии эффективности труда

Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций. В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на практических и лекционных занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки заранее подготовленных презентаций, предусмотренных для самостоятельной отработки с дальнейшим групповым обсуждением. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы.

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения основной и дополнительной литературы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых понятий. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

Методические рекомендации студентам по подготовке к экзамену. Вопросы на экзамен студенту выдаются за несколько дней до промежуточной аттестации. На экзамене студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, педагог имеет право задать ему ряд вопросов, стимулирующих студентов к полному высказыванию по данной теме, в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. В случае если студент затрудняется с изложением материала, то преподаватель имеет право предложить взять второй билет. В этом случае оценка снижается ориентировочно на один балл. Монологические высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и написания курсовой работы, проекта, реферата;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной и курсовой работы, проекта.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются (указать при наличии ниже перечисленных пунктов):

- наличие помещений для курсового проектирования, СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, тем рефератов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

Приводится перечень мер по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы: наличие помещений для курсового проектирования; обеспечение

средствами вычислительной техники, программное обеспечение; наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, тем рефератов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.; обеспечение учебно-методической и справочной литературой и т.д.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

- Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

- Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

- Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

- Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционные занятия:

- комплект электронных презентаций/слайдов;
- презентационная техника кафедры (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

2. Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), пакеты программного обеспечения (ПО) общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Прочее:

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
- рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде, выполнения СРС, выполнения курсовой работы.

Основная форма занятий – лекции и практические занятия. Кроме того, предполагается большая часть самостоятельной работы студентов по освоению теоретического материала. В процессе аудиторных занятий задействуются преимущества новейших мультимедийных технологий (проектор, ноутбук, экран).

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ

Таблица – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	<i>Microsoft Windows</i>
2	<i>Архиватор 7-zip.</i>
3	<i>Справочно-правовая система Консультант Плюс</i>

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров, что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий

оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

Приложение к рабочей программе
« Маркетинг персонала »
38.03.02, Менеджмент, Бакалавриат
Управление персоналом
АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
Маркетинг персонала

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных
Очная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	4/144
Цель изучения дисциплины	Получение студентами основ теоретических знаний и практических навыков по формированию и реализации организационно-экономического механизма определения и удовлетворения потребности в персонале в рамках кадровой политики по привлечению работников в организацию
Содержание дисциплины	Тема 1. Суть маркетинга персонала Тема 2. Персонал-маркетинг Тема 3. Эволюция маркетинга персонала Тема 4. Генезис маркетинг персонала Тема 5. Российская теория маркетинга персонала Тема 6. Авторские подходы к маркетингу персонала Тема 7. Технологии маркетинга персонала Тема 8. Сегментация рынка труда Тема 9. Анализ и поиск активных партнеров Тема 10. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала Тема 11. Маркетинговые исследования в области персонала Тема 12. Коммуникативная функция маркетинга персонала Тема 13. Порядок разработки и внедрения требований к должностям Тема 14. Ресурсы маркетинга персонала Тема 15. Внутренний маркетинг персонала Тема 16. Внешний маркетинга персонала Тема 17. Управление корпоративной культурой и поведением персонала Тема 18. Адаптация персонала
Формируемые компетенции (коды)	ПК-2
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-2.1 Осуществляет поиск, привлечение, подбор и отбор персонала ПК-2.2 Принимает управленческие решения по формированию, нормированию, движению и оценке персонала ПК-2.3 Способен построить траекторию карьерного роста
Дисциплины, участвующие в формировании	Управление персоналом Экономика труда Персональный менеджмент Маркетинг персонала

компетенции	Управление процессами бизнес-коммуникации Стратегический менеджмент Страхование Теория организации Исследование систем управления персоналом Трудовое право Социальный менеджмент Корпоративная социальная ответственность бизнеса Инвестиционный менеджмент Этика профессиональной деятельности Менеджмент качества Квалиметрия Риск-менеджмент Управление экономическими рисками Преддипломная практика Технологическая (проектно-технологическая) практика
Образовательные технологии	Лекционные занятия, Практические занятия, Консультации, СРС
Форма промежуточной аттестации	Экзамен