

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
Ю.А. Дорошенко
« 20 » _____ 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Маркетинг персонала

направление подготовки (специальность):

38.03.02-Менеджмент

Направленность программы (профиль, специализация):

38.03.02-02 - Маркетинг

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Институт **экономики и менеджмента**

Кафедра **маркетинга**

Белгород 2021

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат: по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 970;
- учебного плана, утвержденного ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2021 году.

Составитель (составители): к.э.н., доц.  (Дадалова М.В.)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

«14» мая 2021 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф.  (Щетинина Е.Д.)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

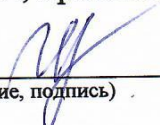
Рабочая программа согласована с выпускающей(ими) кафедрой(ами)
маркетинга
(наименование кафедры/кафедр)

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф.  (Щетинина Е.Д.)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

«14» мая 2021 г.

Рабочая программа одобрена методической комиссией института
экономики и менеджмента

«18» мая 20 г., протокол № 9

Председатель к.э.н., доц.  (Журавлева Л.И.)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
	ПК-4 Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий	ПК-4.6. Выбирает и обосновывает персонал-маркетинговые стратегии для укрепления конкурентоспособности организации	Знания: основные категории маркетинга персонала и стратегии привлечения персонала, понимать их значение и функции в обеспечении эффективности организации и возможности реализации персонал-маркетинговой стратегии по обеспечению организации человеческими ресурсами Умения: раскрыть сущность и специфику базовых категорий маркетинга персонала и разработки маркетинговой концепции управления персоналом организации; обозначить способы реализации принципов и функций маркетинга персонала и стратегии привлечения персонала на практик Навыки: Использовать технологии реализации персонал-маркетинговой стратегии по обеспечению организации человеческими ресурсами на практике

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Компетенция ПК-4 Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Мерчандайзинг
2	Маркетинг территорий
3	Маркетинг персонала
4	Стратегия и тактика бизнеса
5	Проектный маркетинг

6	Маркетинговый контроллинг
7	Маркетинговый консалтинг
8	Коммерческая деятельность
9	Управление маркетингом
10	Производственная преддипломная практика

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов.

Дисциплина реализуется в рамках практической подготовки:

Форма промежуточной аттестации зачет
(экзамен, дифференцированный зачет, зачет)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 5
Общая трудоемкость дисциплины, час	108	108
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	54	54
лекции	34	34
лабораторные		
практические	17	17
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	3	3
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	54	54
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задание		
Индивидуальное домашнее задание	9	9
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)		
Экзамен	-	-

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 3 Семестр 5

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельн ая работа
1. Факторы формирования технологий маркетинга персонала					
	Функции маркетинга персонала в организации	1	1		3
	Факторы, определяющие направления маркетинга персонала	1	1		3
	Уровни и виды маркетинга персонала	1	1		4
	Реализация персонал-маркетинговой стратегии по обеспечению организации человеческими ресурсами	1	1		3
2. Этапы реализации маркетинга персонала					
	Определение потребности в персонале	1	1		3
	Стратегии обеспечения предприятия персоналом	1			
	Анализ поведения соискателей и формирование сегментов потенциальных работников	1	1		3
	Требования к привлекательности рабочего места	1			
	Сферы анализа в исследовании поведения персонала	1			
	Методы и инструменты исследования персонала	1	1		3
	Сегментирование рынка труда.	1	1		4
	Анализ основных конкурентов на рынке труда	1			
	Возможные предпочтения соискателей рабочего места при выборе	1	1		3
	Выявление системных партнеров	1	1		3
	Анализ внутренних ресурсов и способностей предприятия	1			
	Определение целевых позиций на рынке труда	1			
	Содержание плана маркетинга персонала	1	1		3
3. Практические аспекты маркетинга персонала					
	Источники найма персонала	1			
	Преимущества и недостатки внутреннего источника формирования кадров	1	1		3
	Преимущества и недостатки внешнего источника формирования кадров	1	1		3
	Привлечение персонала: аутсорсинг, лизинг, аутстаффинг	2			
	Определение запросов (требований) к персоналу и его оценка	2	1		3
	Состав требований к персоналу, предъявляемых работодателем	2	1		4
	Оценка требований к работодателю, его имидж и лояльность персонала	2			
	Модель «приверженности», или лояльности персонала	2			
4. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала					
	Определение эффективности мероприятий маркетинга	1	1		3

	персонала Методики оценки эффективности маркетинга персонала Атрибуты удовлетворенности сотрудников Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала	1 1 1	1		3
	ИТОГО:	34	17		54

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр №5				
1	Введение в дисциплину «Маркетинг персонала»	Сущность и специфика базовых категорий маркетинга персонала Гипотезы изменения ценностей кандидатов на вакансии. Односторонний подход к выбору профессии и места работы. Задачи маркетинга персонала в организации. «4Р» маркетинга с позиций маркетинга персонала.	1 1 1 1	3 3 3 3
2	Факторы формирования технологий маркетинга персонала	Факторы, определяющие направления маркетинга персонала Уровни и виды маркетинга персонала Способы реализации принципов и функций маркетинга персонала в организации Главные направления изучения рынка труда.	1 1 1	3 3 3
3	Этапы реализации маркетинга персонала	Требования к привлекательности рабочего места Сферы анализа в исследовании поведения персонала Методы и инструменты исследования персонала Определение целевых позиций на рынке труда Содержание плана маркетинга персонала	1 1 1 1	3 3 4 3
4	Практические аспекты маркетинга персонала	Разработка маркетинговой концепции управления персоналом организации Источники найма персонала Стратегии привлечения персонала Аутсорсинг, лизинг, аутстаффинг Определение запросов (требований) к персоналу и его оценка Оценка требований к работодателю, его имидж и лояльность персонала	1 1 1 1	3 4 3 3
5	Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала	Определение эффективности мероприятий маркетинга персонала Атрибуты удовлетворенности сотрудников	1	3

		Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала	1	4
ИТОГО:			17	54

4.3. Содержание лабораторных занятий – не предусмотрено учебным планом

4.4. Содержание курсового проекта/работы – не предусмотрено учебным планом

4.5. Содержание индивидуального домашнего задания

По дисциплине **«Маркетинг персонала»** предусмотрено выполнение **индивидуального домашнего задания (ИДЗ)**, которое состоит в написании реферата по одной из следующих тем:

Тематика рефератов в ИДЗ:

1. Этапы развития (эволюция) маркетинга персонала. Переоценка ценностей. Односторонний подход к выбору профессии и места работы (проблема дефицита рабочих кадров в РФ, сравнение с другими странами).
2. Этапы развития (эволюция) маркетинга персонала. Демографические факторы (естественное движение в РФ и в мире – рождаемость, смертность, меры стимулирования) и т.д.
3. Функции маркетинга персонала в организации.
4. Коммуникативная функция МП (реклама как способ поиска кандидатов, PR – технологии и их применение в маркетинге персонала)
5. Истоки становления современного маркетинга персонала, внутренние и внешние факторы, влияющие на МП
6. Имидж организации и его связь с маркетингом персонала. Позиционирование и продвижение компании в качестве привлекательного работодателя
7. Формирование системы оценки кандидатов при приеме на работу.
8. Инструментарий отбора: испытания, тестирование, интервью и другие социально-психологические методы, их задачи и возможности
9. Развитие персонала организации. Управление талантами. Lift-out рекрутинг, хэдхантинг, развитие талантов к руководству.
10. Оценка персонала, оценка результатов деятельности руководителей и специалистов управления персоналом. Использование IT- технологий для оценки персонала
11. Источники удовлетворения потребности в персонале. Аутсорсинг, аутстаффинг, лизинг. Виртуальные работники. Разновидности фриланса.
12. Внутренний и внешний маркетинг персонала в Российских компаниях (примеры)

13. Глобализация рынка и его последствия. Специфика управления персоналом в международных корпорациях.
14. Мотивация и ее влияние на результаты работы.
15. Модели воздействия на трудовое поведение
16. Использование методологии маркетинговых исследований в маркетинге персоналом. Сегментирование рынка труда.
17. Ситуации нестабильности во внешней среде и организации. Кризисы и управление персоналом.
18. Девиации, конфликты, дискриминация на работе. Гендерная сегрегация на внутреннем рынке труда: источники и последствия
19. Взаимодействие организации работодателя с отраслевым рынком труда.
20. Проблема безработицы и открытых вакансий на рынке труда.
21. Изучение требований работников и кандидатов к рабочим местам, а также требований работодателей к кандидатам на работу.

В процессе выполнения индивидуального домашнего задания осуществляется контактная работа обучающегося с преподавателем. Консультации проводятся в аудитории и/или посредством электронной информационно-образовательной среды университета.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

1 Компетенция ПК-4 Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий

(код и формулировка компетенции)

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-4.6. Выбирает и обосновывает персонал-маркетинговые стратегии для укрепления конкурентоспособности организации	Зачет, защита ИДЗ, тестовый контроль, собеседование

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

5.2.1. Перечень контрольных вопросов для зачета

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Введение в дисциплину «Маркетинг персонала»	Перечислите основные причины, повлиявших на формирование маркетинга персонала. Дайте характеристику понятию «переоценка ценностей».

		Какие вы знаете гипотезы изменения ценностей кандидатов на вакансии. Что обусловило односторонний подход к выбору профессии и места работы. Что повлияло на изменение профиля рабочего места. Перечислите основные трактовки термина «маркетинг персонала». Какова основная задача маркетинга персонала в организации? Дайте формулировку основной цели маркетинга персонала в организации. Как могут быть классифицированы цели маркетинга персонала? Перечислите основные составляющие маркетинга персонала. Охарактеризуйте «4Р» маркетинга с позиций маркетинга персонала. Что понимается под стимулированием сбыта в маркетинге персонала? Что понимается под персональной продажей в маркетинге персонала?
2	Факторы формирования технологий маркетинга персонала	Какие вы знаете основные функции маркетинга персонала в организации Какие виды исследований необходимы для реализации информационной функции? Дайте характеристику аналитической функции маркетинга персонала. Перечислите главные направления изучения внешнего рынка труда. Какие существуют направления изучения внутреннего рынка труда? Какова основная задача коммуникационной функции маркетинга персонала? Какие вы знаете мероприятия по выполнению социальных потребностей вне производственного процесса? Какова основная задача сегментирования рынка труда? По каким параметрам проводится сегментирование рынка труда? Что является основными инструментами при организации работы с общественностью? Перечислите внешние факторы, определяющие направления маркетинга персонала. Перечислите внутренние факторы, определяющие направления маркетинга персонала. Какие вы знаете уровни формирования маркетинга персонала? Перечислите задачи стратегического и оперативного уровней маркетинга персонала. Дайте краткую характеристику основным этапам процесса реализации маркетинга персонала.
3	Этапы реализации маркетинга персонала	Перечислите основные стратегии обеспечения предприятия персоналом. Приведите примеры внутреннего покрытия потребности в персонале (без движения и с движением персонала).

		Приведите примеры пассивного и активного привлечения при внешнем покрытии потребности в персонале. Что понимается под качественной и количественной потребностью в персонале? Перечислите основные факторы привлекательности рабочего места, для представителей внешнего (студенты) и внутреннего (молодые специалисты) рынков труда. Какие методы и инструменты исследования персонала вы знаете? Как вы считаете, какие требования к месту работы, в настоящее время, наиболее актуальны у соискателей рабочего места. Приведите структуру и содержание организационного плана маркетинга персонала Какие вы знаете инструменты политики стимулирования? Перечислите методы привлечения персонала. Приведите примеры использования инструментов коммуникативной политики в HR-менеджменте. Какие существуют виды контроля реализации маркетинга персонала? Опишите функции предварительного, текущего и заключительного контроля. Что является элементами контроля маркетинга персонала? Какие вы знаете принципы реализации контроля маркетинга персонала?
4	Практические аспекты маркетинга персонала	Перечислите внутренние и внешние источники найма персонала. Какие существуют преимущества и недостатки внутреннего источника формирования кадров? Укажите преимущества и недостатки внешнего источника формирования кадров. Дайте определения таким понятиям, как аутсорсинг, лизинг, аутстаффинг персонала. Перечислите основные требования к персоналу, которые предъявляет работодатель. Какие цели преследует оценка персонала? Перечислите основные задачи оценки персонала. Какие вы знаете критерии оценки персонала. На какие основные группы можно подразделить все методы оценки персонала? Как вы считаете, какие в настоящее время методы оценки персонала являются наиболее востребованные? Перечислите основные требования к технологии оценки персонала. Какие Вы знаете основные этапы лояльности работников предприятия? Как можно оценить лояльность сотрудников? Какие внешние и внутренние факторы, способны влиять на лояльность персонала? Какие меры можно предпринимать для повышения лояльности персонала?
5	Социально-экономическая эффективность	Поясните понятие «эффективность маркетинга персонала». Перечислите основные подходы к определению эффективности мероприятий маркетинга персонала.

	маркетинга персонала	Поясните влияние мотивационных атрибутов на удовлетворенность персонала. Назовите преимущества и недостатки метода «важность – исполнение». Каким образом можно определить качество предоставляемой услуги? Как рассчитывается коэффициент удовлетворенности персонала? Приведите примеры использования метода «таинственный покупатель». Дайте характеристику клиентоориентированности персонала. Укажите принципиальные различия понятий «клиент» и «потребитель». Влияет ли, с вашей точки зрения, удовлетворенность персонала на удовлетворенность клиентов? Какой элемент клиентоориентированности персонала, по вашему мнению, играет ключевую роль?
--	----------------------	---

5.2.2. Перечень контрольных материалов для защиты курсового проекта/ курсовой работы – не предусмотрено учебным планом

5.3. Типовые контрольные задания (материалы) для текущего контроля в семестре

Типовые вопросы для собеседования по основным разделам

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Типовые вопросы для собеседования
1	Введение в дисциплину «Маркетинг персонала»	Перечислите основные причины, повлиявших на формирование маркетинга персонала. Дайте характеристику понятию «переоценка ценностей». Какие вы знаете гипотезы изменения ценностей кандидатов на вакансии. Что обусловило односторонний подход к выбору профессии и места работы. Что повлияло на изменение профиля рабочего места. Перечислите основные трактовки термина «маркетинг персонала». Какова основная задача маркетинга персонала в организации? Дайте формулировку основной цели маркетинга персонала в организации. Как могут быть классифицированы цели маркетинга персонала? Перечислите основные составляющие маркетинга

		персонала. Охарактеризуйте «4Р» маркетинга с позиций маркетинга персонала. Что понимается под стимулированием сбыта в маркетинге персонала? Что понимается под персональной продажей в маркетинге персонала?
2	Факторы формирования технологий маркетинга персонала	Какие вы знаете основные функции маркетинга персонала в организации Какие виды исследований необходимы для реализации информационной функции? Дайте характеристику аналитической функции маркетинга персонала. Перечислите главные направления изучения внешнего рынка труда. Какие существуют направления изучения внутреннего рынка труда? Какова основная задача коммуникационной функции маркетинга персонала? Какие вы знаете мероприятия по выполнению социальных потребностей вне производственного процесса? Какова основная задача сегментирования рынка труда? По каким параметрам проводится сегментирование рынка труда? Что является основными инструментами при организации работы с общественностью? Перечислите внешние факторы, определяющие направления маркетинга персонала. Перечислите внутренние факторы, определяющие направления маркетинга персонала. Какие вы знаете уровни формирования маркетинга персонала? Перечислите задачи стратегического и оперативного уровней маркетинга персонала. Дайте краткую характеристику основным этапам процесса реализации маркетинга персонала.
3	Этапы реализации маркетинга персонала	Перечислите основные стратегии обеспечения предприятия персоналом. Приведите примеры внутреннего покрытия потребности в персонале (без движения и с движением персонала). Приведите примеры пассивного и активного привлечения при внешнем покрытии потребности в персонале.

		Что понимается под качественной и количественной потребностью в персонале? Перечислите основные факторы привлекательности рабочего места, для представителей внешнего (студенты) и внутреннего (молодые специалисты) рынков труда. Какие методы и инструменты исследования персонала вы знаете? Как вы считаете, какие требования к месту работы, в настоящее время, наиболее актуальны у соискателей рабочего места. Приведите структуру и содержание организационного плана маркетинга персонала Какие вы знаете инструменты политики стимулирования? Перечислите методы привлечения персонала. Приведите примеры использования инструментов коммуникативной политики в HR-менеджменте. Какие существуют виды контроля реализации маркетинга персонала? Опишите функции предварительного, текущего и заключительного контроля. Что является элементами контроля маркетинга персонала? Какие вы знаете принципы реализации контроля маркетинга персонала?
4	Практические аспекты маркетинга персонала	Перечислите внутренние и внешние источники найма персонала. Какие существуют преимущества и недостатки внутреннего источника формирования кадров? Укажите преимущества и недостатки внешнего источника формирования кадров. Дайте определения таким понятиям, как аутсорсинг, лизинг, аутстаффинг персонала. Перечислите основные требования к персоналу, которые предъявляет работодатель. Какие цели преследует оценка персонала? Перечислите основные задачи оценки персонала. Какие вы знаете критерии оценки персонала. На какие основные группы можно подразделить все методы оценки персонала? Как вы считаете, какие в настоящее время методы оценки персонала являются наиболее востребованные? Перечислите основные требования к технологии оценки персонала.

		Какие Вы знаете основные этапы лояльности работников предприятия? Как можно оценить лояльность сотрудников? Какие внешние и внутренние факторы, способны влиять на лояльность персонала? Какие меры можно предпринимать для повышения лояльности персонала?
5	Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала	Поясните понятие «эффективность маркетинга персонала». Перечислите основные подходы к определению эффективности мероприятий маркетинга персонала. Поясните влияние мотивационных атрибутов на удовлетворенность персонала. Назовите преимущества и недостатки метода «важность – исполнение». Каким образом можно определить качество предоставляемой услуги? Как рассчитывается коэффициент удовлетворенности персонала? Приведите примеры использования метода «таинственный покупатель». Дайте характеристику клиентоориентированности персонала. Укажите принципиальные различия понятий «клиент» и «потребитель». Влияет ли, с вашей точки зрения, удовлетворенность персонала на удовлетворенность клиентов? Какой элемент клиентоориентированности персонала, по вашему мнению, играет ключевую роль?

Типовой вариант теста

(выберите один вариант из предложенных по каждому заданию теста)

1. Маркетинг персонала – это:

- 1) вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале;
- 2) такая поведенческая культура, в которой имиджевые регуляторы осмысливаются персоналом как общественная необходимость;
- 3) анализ ситуации на рынке труда для регулирования потребности в специалистах дефицитных специальностей;
- 4) анализ ожиданий нынешних и потенциальных сотрудников (например, при найме на работу), а также определение выполнимости и реальной степени исполнения этих ожиданий.

2. Главная задача маркетинга персонала это:

- 1) владение ситуацией на рынке труда для определения потребностей в специалистах дефицитных специальностей;
- 2) предоставление людям рабочих мест в нужный момент времени и в необходимом количестве;
- 3) изучение объявлений о поиске работы, публикация собственных объявлений;
- 4) владение ситуацией на рынке труда для эффективного покрытия потребности в персонале.

3. Трудовой потенциал - это:

- 1) это часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике;
- 2) это совокупность духовных и физических способностей человека, которые он использует всякий раз когда создает потребительные стоимости;
- 3) способность персонала организации при наличии у него определенных качественных характеристик и соответствующих социально-экономических, организационных условий достигать определенный конечный результат.

4. Стандартизированная форма изложения содержания работы на конкретном рабочем месте в определенное время является:

- 1) должностной инструкцией;
- 2) оценочным листом сотрудника;
- 3) листом интервьюера;
- 4) анкетой работника.

5. Маркетинг персонала трактует рабочее место как:

- 1) рабочее место в рамках самой организации;
- 2) продукт, который продается на рынке труда;
- 3) территорию, которая отводится для этого рабочего места.

6. Главными задачами персонал-маркетинга являются изучение развития производства, исследование рынка труда, анализ источников покрытия потребности в персонале, анализ путей получения персонала, анализ затрат на приобретение персонала, выбор альтернатив или комбинирование вариантов источников и путей покрытия потребностей в персонале:

- 1) верно все;
- 2) частично верно;
- 3) неверно.

7. К внешним факторам среды организации, учитываемым при проведении персонал-маркетинга, относятся:

- 1) кадровая политика организаций-конкурентов;
- 2) финансовые ресурсы организации;
- 3) источники покрытия кадровой потребности;
- 4) развитие технологии;
- 5) особенности социальных потребностей.

8. К внутренним факторам среды организации, учитываемым при проведении персонал-маркетинга, относятся:

- 1) кадровый потенциал организации;
- 2) развитие законодательства;
- 3) особенности социальных потребностей;
- 4) цели организации;
- 5) источники покрытия кадровой потребности.

5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме экзамена, дифференцированного зачета, дифференцированного зачета при защите курсового проекта/работы используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично.

При промежуточной аттестации в форме зачета используется следующая шкала оценивания: зачтено, не зачтено.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
ПК-4 Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий	
ПК-4.6. Выбирает и обосновывает персонал-маркетинговые стратегии для укрепления конкурентоспособности организации	
Знание	Знание терминов, определений, понятий
	Знание основных закономерностей, соотношений, принципов
	Объем освоенного материала
	Полнота ответов на вопросы
Умение	В выборе и обосновании персонал-маркетинговые стратегии для укрепления конкурентоспособности организации
	Анализ полученных результатов при решении поставленных задач
	Самостоятельность выполнения задания
Навыки	Решение практических задач в области формирования маркетинговой и коммуникационной стратегий организации, планирования и разработки бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивании эффективности маркетинговых мероприятий
	Использование методик маркетингового анализа поведения потребителей
	Обоснование полученных результатов.

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	незачет	зачет
Знание терминов, определений, понятий	Не знает терминов и определений	Знает термины и определения, может корректно сформулировать их самостоятельно
Знание основных закономерностей, соотношений, принципов	Не знает основные закономерности и соотношения, принципы построения знаний	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, может самостоятельно их получить и использовать
Объем освоенного материала	Не знает значительной части материала дисциплины	Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов на вопросы	Не дает ответы на большинство вопросов	Дает полные, развернутые ответы на поставленные вопросы

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	незачет	зачет
В выборе и обосновании персонал-маркетинговые стратегии для укрепления конкурентоспособности организации	Не умеет выбирать и обосновывать персонал-маркетинговые стратегии для укрепления конкурентоспособности организации	Умеет правильно анализировать полученные результаты при решении поставленных задач, самостоятельно делать выводы
Анализ полученных результатов при решении поставленных задач	Не умеет анализировать полученные результаты при решении поставленных задач	Умеет правильно анализировать полученные результаты при решении поставленных задач, самостоятельно делать выводы
Самостоятельность выполнения задания	Не умеет самостоятельно выполнить задание	Умеет правильно самостоятельно выполнить задание

Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	незачет	зачет
Решение практических задач в области формирования маркетинговой и коммуникационной стратегий организации, планирования и разработки бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивании эффективности маркетинговых мероприятий	Не решает практических задач в области формирования маркетинговой и коммуникационной стратегий организации, планирования и разработки бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивании эффективности маркетинговых мероприятий	Правильно и самостоятельно решает прикладные задачи, связанные с формированием маркетинговой и коммуникационной стратегий организации, планированием и разработкой бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивании эффективности маркетинговых мероприятий

Использование методик в области формирования маркетинговой и коммуникационной стратегий организации	Не владеет методикой в области формирования маркетинговой и коммуникационной стратегий организации	Демонстрирует уверенное владение методиками в области формирования маркетинговой и коммуникационной стратегий организации
Обоснование полученных результатов.	Не умеет обосновывать полученные результаты	Умеет самостоятельно детально и грамотно обосновывать полученные результаты

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий	Специализированная мебель; переносной мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
2	Учебная аудитория для проведения практических занятий, консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации.	Специализированная мебель; переносной мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
3	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель; компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет», имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1.	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2.	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
3.	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2022г.
4.	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5.	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учеб. для студентов вузов / Т. П. Данько. - Москва : "ИНФРА-М", 2012. - 363 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-003688-5. Экземпляры всего: 20

2. Калюгина С.Н. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : практикум / С.Н. Калюгина, И.П. Савченко, О.А. Мухорьянова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 127 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66048.html>

3. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / О.Ю. Патласов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков

и К, 2016. — 384 с. — 978-5-394-02354-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60440.html>

4. Пономарева, Т. Н. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов очной и заоч. форм обучения направления бакалавриата 080200 - Менеджмент профиля подгот. "Маркетинг" / Т. Н. Пономарева, Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Электрон. текстовые дан. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. : <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015111312045934100000657826>

5. Попова, Г. В. Маркетинг для бакалавров : учеб. пособие / Г. В. Попова. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2011. - 186 с. - (Учебное пособие. Стандарт третьего поколения). - ISBN 978-5-4237-0066-9 : Экземпляры всего: 15

6. Бакирова Г.Х. Психология развития и мотивации персонала [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Психология», «Менеджмент организации», «Управление персоналом» / Г.Х. Бакирова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 439 с. — 978-5-238-01605-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52552.html>

7. Борисова А.А. Организация деятельности служб управления персоналом (российская практика) [Электронный ресурс] : монография / А.А. Борисова. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 250 с. — 978-5-7782-1897-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44972.html>

8. Ермолаева С.Г. Рынок труда [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Г. Ермолаева. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 108 с. — 978-5-7996-1393-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68292.html>

9. Ламбен, Ж. -Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок = Market-driven management : учеб. для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Ж. -Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. - 2-е изд. - Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород : Питер, 2012. - 720 с. - ISBN 978-5-4237-02559-5 : Экземпляры всего: 15

10. Меньшикова О.И. Рынок труда и занятость населения [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.И. Меньшикова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2015. — 180 с. — 978-5-906768-96-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41003.html>

11. Мумладзе Р.Г. Основы управления персоналом [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р.Г. Мумладзе, И.В. Васильева, Т.Н. Алёшина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Русайнс, 2015. — 151 с. — 978-5-4365-0434-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48929.html>

12. Старикова, М. С. Теория и практика маркетинга : учеб. пособие для студентов направления бакалавриата 080002 - Менеджмент / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, С. М. Микалут ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - 320 с. (Экз. 58) / [Электронный ресурс] : <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014040921153893869400001791>

13. Управление персоналом [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организации» и «Управление персоналом» / П.Э. Шлендер [и др.]. — Электрон. текстовые

данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 319 с. — 5-238-00909-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8597.html>

14. Яхонтова Е.С. Стратегическое управление персоналом [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.С. Яхонтова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дело, 2013. — 380 с. — 978-5-7749-0722-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51101.html>

6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

1. www.marketcenter.ru - Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров. Сайт, поддерживаемый Московским фондом поддержки малого предпринимательства. Обновляется чаще чем раз в неделю. Имеет как открытую, так и закрытую (платную) части. Содержит, в частности, аннотации проведенных исследований (в основном региональных рынков конкретных товаров, с доминантой продуктов питания), аналитические статьи и другие публикации, базы данных по предприятиям, товарам и ценам, инвестиционным проектам, деловым предложениям.

2. www.sostav.ru - Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы. Представлены новости. Содержится большое количество аналитических, исследовательских материалов. Обещан, но пока пуст словарь. Имеется форум.

3. www.cfin.ru - Сайт «Корпоративный менеджмент» интересен для маркетологов прежде всего тем, что на нем добротнo выложены почти все публикации журналов „Маркетинг в России и за рубежом“ и „Практический маркетинг“ (с годичным отставанием), а также журналов „Секрет фирмы“ и „Босс“. Имеется разветвленный форум, в т.ч. по маркетингу.

4. www.marketing.spb.ru - Сайт, имеющий название «Энциклопедия маркетинга», один из наиболее насыщенных и уважаемых сайтов по маркетинговой проблематике. Широко представлена „Библиотека маркетолога“, включающая много рубрик, интересных и щедро наполненных полноценными текстами.

5. www.4p.ru - Сайт электронного журнала по маркетингу. Довольно обстоятельные публикации размещены в рубриках „Практика и теория“, „Исследования“, „Мерчендайзинг“ и др.

6. www.dis.ru - Сайт издательской группы «Дело и сервис». Интернет-библиотека по маркетингу в нем базируется на публикациях журнала „Маркетинг в России и за рубежом“.

7. www.admarket.ru - Сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе. Ежедневно представляются новости рекламного рынка, наиболее значимые с позиции членов клуба. Периодически проводятся и публикуются интервью специалистов рекламного рынка журналистам центральных СМИ. Также здесь можно найти ежемесячные рейтинги ста крупнейших российских рекламодателей (отдельно телевидение, радио и пресса, а также наружная реклама в Москве и России), рейтинги СМИ (данные

маркетинговых агентств Gallup Media, Gallup AdFact, «ЭСПАР-Аналитик», „Комкон-Медиа“, ROMIR Monitoring).

8. www.marketer.ru - Сайт посвящен проблематике Интернет-маркетинга.

9. www.marketologi.ru - Сайт Гильдии маркетологов. Публикует работы членов Гильдии.

10. www.vniki.ru - Сайт Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института — старейшего в России научного учреждения, имеющего прямое отношение к маркетингу. На сайте можно познакомиться с тематикой проведенных институтом исследований. В открытом доступе находится архив сборников-справочников по внешнеэкономической деятельности, отдельные номера издаваемой газеты БИКИ (Бюллетень иностранной коммерческой информации).

11. www.market-agency.ru - Классический бизнес-сайт, принадлежащий агентству рыночных исследований и консалтинга «Маркет». Представлены некоторые результаты отдельных маркетинговых исследований

12. www.productplacement.nm.ru – сайт о кооперации в сфере маркетинга.

7. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ¹

Рабочая программа утверждена на 20____ /20____ учебный год
без изменений / с изменениями, дополнениями²

Протокол № _____ заседания кафедры от «__» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____
подпись, ФИО

Директор института _____
подпись, ФИО

¹ Заполняется каждый учебный год на отдельных листах

² Нужно подчеркнуть