Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Сибирский государственный индустриальный университет»

Кафедра менеджмента и территориального развития

УТВЕРЖДАЮ
Директор института технологий устойчивого развития
_____ А.В. Феоктистов
подпись
«____» _____ 20___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг персонала

38.03.03 «Управление персоналом»
(направленность (профиль): «Управление персоналом организации»)

Квалификация выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очно-заочная форма

Срок обучения: 4 года 6 месяцев

Год начала подготовки 2026

Новокузнецк
2026

СибГИУ
Подлинник электронного документа хранится в системе электронного согласования документов СибГИУ
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭП
Сертификат: 3ac043361902970c9a538ca69a96ec6362b22b98
Владелец: Директор ИЭиМ Феоктистов Андрей Владимирович
Действителен: с 13 ноября 2025 г. по 6 февраля 2027 г.
Дата и время: 13-05-2026 08:14:37 ПРОВЕРИТЬ ПОДПИСЬ

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

– изучение возможностей маркетинга персонала в позиционировании организации на рынке труда.

Задачами учебной дисциплины являются:

– формирование представлений о возможностях маркетинговых инструментов в управлении персоналом;

– формирование навыков использования HR-бренда в повышении конкурентоспособности организации на рынке труда.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по направлению подготовки (специальности)

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам обязательной части **Блока 1 «Дисциплины (модули)»** ООП по направлению подготовки (специальности) 38.03.03 «Управление персоналом».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

– Деловые коммуникации;
– Маркетинг;
– Менеджмент;
– Управление социальным развитием организации;
– Управление персоналом организации;
– Рынок труда;
– Демография.

Учебная дисциплина дополняет знания и умения, получаемые по одновременно изучаемым и последующим учебным дисциплинам:

– Инвестиции в человеческий капитал;
– Организационная культура;
– Кадровая политика и кадровое планирование;
– Современные технологии рекрутмента;
– Современные технологии управления персоналом;
– Кадровые технологии на современном этапе;
– Кадровый консалтинг;
– Инновационный менеджмент в управлении персоналом;
– Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– Общепрофессиональные компетенции

Наименование	Код и	Код и	Планируемые

категории (группы) ОПК	наименование ОПК	наименование индикатора достижения ОПК	результаты обучения
	ОПК-1: Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач	ОПК-1.1 Применяет основные понятия и концепции организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач	– знать: сущность, основные концепции, функции маркетинга персонала; основы организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач. – уметь: применять: маркетинговые концепции в сфере персонала для реализации стратегии организации; основные понятия и концепции организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом для решения профессиональных задач..
	ОПК-3: Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные	ОПК-3.1 Разрабатывает мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом	– знать: основные мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом. – уметь: разрабатывать мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом.
		ОПК-3.2 Обосновывает	– знать: способы осуществления

	последствия	способы осуществления мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом, и оценивает организационные и социальные последствия этих мероприятий	мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом. – уметь: обосновывать способы осуществления мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом;оценивать организационные и социальные последствия мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом.

4 Объем и содержание учебной дисциплины

Учебные занятия по учебной дисциплине проводятся в форме контактной работы и в форме самостоятельной работы обучающихся.

Контактная работа включает в себя занятия лекционного типа (лекции), занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы), промежуточную аттестацию обучающихся и иные формы взаимодействия обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации ООП на иных условиях, в том числе при проведении промежуточной аттестации обучающихся. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		***ИТОГО***	***6 семестр***
Форма промежуточной аттестации			*зачет*
Трудоёмкость	*академ. час.*	***108***	*108*
	зачетных единиц	***3***	*3*
Лекции, *академ. час.*		***6***	*6*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Лабораторные работы, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Практические занятия, *академ. час.*		***6***	*6*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Курсовая работа / проект, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Консультации, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*

Самостоятельная работа, *академ. час.*	***87***	*87*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Контроль, *академ. час.*	***9***	*9*
в форме практической подготовки	***0***	*0*

Содержание учебной дисциплины

Раздел 1 Сущность и принципы маркетинга персонала (Основные определения и подходы к маркетингу персонала. Товар "рабочая сила" в системе маркетинга. Концепции маркетинга рабочей силы. Баланс рабочей силы и рабочих мест. Функции макро- и микро-маркетинга в сфере занятости);

Раздел 2 Методологические основы маркетинга персонала (Маркетинговые исследования рынка труда. Критерии сегментирования рыночного пространства. Требования к персоналу и определение потребности в нем. Значение маркетинга персонала в привлечении и удержании персонала);

Раздел 3 Маркетинг-менеджмент рынка труда (Имидж организации как работодателя. Концепция внутреннего маркетинга. Формирование лояльности персонала. Управление маркетингом рабочей силы. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала).

5 Перечень тем лекций

№ раздела / темы дисциплины	**Темы лекций**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	Сущность и принципы маркетинга персонала	1	
Раздел 2.	Методологические основы маркетинга персонала	3	
Раздел 3.	Маркетинг-менеджмент рынка труда	2	
Итого:		**6**	**0**

6 Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ раздела / темы дисциплины	**Темы практических занятий (семинаров)**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	Разработка плана маркетинга персонала	2	
Раздел 2.	Маркетинговые исследования рынка труда	2	
Раздел 3.	Формирование имиджа организации как	2	

	работодателя		
Итого:		**6**	**0**

7 Перечень тем лабораторных работ

№ раздела / темы дисциплины	**Темы лабораторных работ**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
	Отсутствуют		
Итого:		**0**	**0**

8 Перечень тем курсовых работ (проектов)

№ раздела / темы дисциплины	**Темы курсовых работ (проектов)**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
	Отсутствуют		
Итого:		**0**	**0**

9 Виды самостоятельной работы

№ раздела / темы дисциплины	**Виды самостоятельной работы**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	1. Изучение лекционного материала; 2. Оформление отчета о практической работе; 3. Подготовка к практическому занятию; 4. Прохождение тестирования.	26	
Раздел 2.	1. Изучение лекционного материала; 2. Оформление отчета о практической работе; 3. Подготовка к практическому занятию; 4. Прохождение тестирования.	33	
Раздел 3.	1. Изучение лекционного материала; 2. Оформление отчета о практической работе; 3. Подготовка к практическому занятию; 4. Прохождение тестирования.	28	
Контроль	*Подготовка к зачёту*	9	

Итого:	**96**	**0**

10 Матрица компетентностных задач по учебной дисциплине

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Контролируемые компетенции	Оценочные средства
Раздел 1.	ОПК-1; ОПК-3	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Отчет о практической работе; 4. Оценка участия в работе на лекционном занятии; 5. Тестовые задания
Раздел 2.	ОПК-1; ОПК-3	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Отчет о практической работе; 4. Оценка участия в работе на лекционном занятии; 5. Тестовые задания
Раздел 3.	ОПК-1; ОПК-3	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Отчет о практической работе; 4. Оценка участия в работе на лекционном занятии; 5. Тестовые задания
Зачет.	ОПК-1; ОПК-3	1. Вопросы к зачету

11 Входной контроль

11.1 Цель входного контроля − определить начальный уровень подготовленности обучающихся и выстроить индивидуальную траекторию обучения. В условиях личностно-ориентированной образовательной среды результаты входного оценивания обучающегося используются как начальные значения в индивидуальном профиле академической успешности обучающегося.

11.2 Описание оценочных средств

Форма проведения входного контроля – тестирование.
Длительность тестирования – 20 минут.

Тестирование проводится в течение первых двух недель изучения учебной дисциплины в СУО СибГИУ.

Для проведения тестирования используются тестовые задания для входного контроля (для ответа на 1 вопрос, как правило, выделяется 1 минута).

Шкала оценивания результатов тестирования

За каждый правильный ответ выставляется 1 балл. Оценка выставляется в зависимости от процента правильных ответов:

Оценка формируется в соответствии с критериями таблицы:

Процент результативности (правильных ответов)	Оценка
86 до 100	«отлично»
от 67до 85	«хорошо»
от 50 до 66	«удовлетворительно»
менее 50	«неудовлетворительно»

Основываясь на результатах тестирования, формируется индивидуальная траектория обучающегося (группы обучающихся), исходя из следующих соображений:

– 86 – 100 % – обучающийся готов к изучению учебной дисциплины без дополнительного повторения изученного ранее материала;

– 50 – 67 % – обучающийся в целом готов к изучению учебной дисциплины, требуется повторение отдельных вопросов(тем) изученного ранее материала, необходимого для успешного освоения учебной дисциплины;

– 49% и менее – обучающийся имеет слабую подготовку к изучению учебной дисциплины, необходимы корректирующие занятия и консультации.

Тестовые задания для входного контроля знаний обучающихся приведены в приложении.

12 Текущий контроль

12.1 Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) обучающихся. Данный вид контроля стимулирует у обучающихся стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины и позволяет оценить степень освоения изученного материала.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе педагогического работника, в том числе посредством использования СУО СибГИУ.

Формы проведения текущего контроля – вопросы для устного обсуждения (опроса); наблюдение за работой на практическом занятии; отчет о практической работе; оценка участия в работе на лекционном занятии; тестовые задания.

12.2 Описание оценочных средств

Шкалы оценивания (методики оценки)

12.2.1 Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы в начале занятия лекционного типа (лекции) педагогическим работником проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущего раздела (темы).

Критерии оценки:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

– полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

– сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

– логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

– рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

– своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается умение грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

– использование дополнительного материала (обязательное условие);

– рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени).

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

– полно и аргументировано отвечает по содержанию задания;

– обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры, в том числе самостоятельно составленные;

– излагает материал последовательно и правильно.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1 – 2 ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

– излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;

– не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

– излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному освоению последующего материала.

12.2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестирования обучающихся

Тестирование проводится по изученным разделам (темам) учебной дисциплины для выявления уровня знаний и умений обучающегося, мотивирования обучающегося к активизации самостоятельной работы по усвоению учебного материала, выявления и устранения пробелов в знаниях, повышения дисциплины и организации учебной деятельности обучающегося.

Тестирование проводится в СУО СибГИУ в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся. Для тестирования используется 20 вопросов из базы типовых тестовых заданий по изученным разделам (темам) учебной дисциплины. Обучающийся выбирает один ответ из предложенных вариантов ответа. В случае выбора неправильного ответа обучающийся получает за данный вопрос 0 баллов; в случае правильного ответа – 1 балл.

Оценка формируется в соответствии с критериями таблицы:

Максимальный балл	Проходной балл	Оценка
20	не менее 18	отлично
17	не менее 14	хорошо
13	не менее 10	удовлетворительно
9	–	неудовлетворительно

12.2.3 Рекомендации по оцениванию участия обучающихся в работе на лекционных занятиях

Формирование у обучающихся добросовестного и ответственного отношения к собственному профессиональному образованию проявляется в обязательном его присутствии на лекционном занятии.

На лекционных занятиях происходит формирование информационной компетентности обучающихся, в том числе способности фиксировать информацию с помощью конспектирования учебного материала. Преподаватель на лекционных занятиях акцентирует внимание обучающихся на том, как необходимо оформлять конспект лекций в тетради. По окончании лекционных занятий преподаватель осуществляет проверку тетрадей обучающихся и оценивает их.

Критерии оценки участия обучающихся в работе на лекционных занятиях

Наименование параметра оценки	Максимальное количество баллов за одно лекционное занятие
Наличие у обучающихся добросовестного и ответственного отношения к собственному профессиональному образованию, выраженное в посещении лекций	0,5
Умение конспектировать учебный материал в тетради, в том числе: - материал изложен последовательно, четко и аккуратно - в конспекте имеются изученные темы, основные термины, схемы	0,5
Всего	1

Если по результатам оценки участия обучающийся в лекционных занятиях в среднем за семестр обучающийся набрал не менее 0,5 баллов, то ему выставляется оценка «зачтено», менее 0,5 баллов – «не зачтено».

12.2.4 Рекомендации по оцениванию в процессе наблюдения за работой на практическом занятии

Наблюдение за работой на практическом занятии – важнейший компонент контроля деятельности обучающихся и качества их обучения.

Критерии оценки в процессе наблюдения за работой на практическом занятии:

– самостоятельность выполнения задания и работы с методическими указаниями (учитывается работа в течение занятия, быстрота и способность нахождения в методических указаниях нужной информации);

– правильность выполнения работы (учитывается последовательность выполняемых действий, умение работать с инструментами и/или средствами вычислительной техники);

– рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения работы с учетом индивидуальных особенностей обучающихся);

– активность обучающегося при выполнении практической работы (учитывается индивидуальная работа и работа в группе).

Критерии оценки по результатам наблюдения за работой на практическом занятии

Наименование параметра оценки	Максимальное количество баллов
Самостоятельно выполняет задания; умеет работать с методическими указаниями.	2,5
Указанные в методических указаниях действия выполняет в правильной последовательности; умеет работать с инструментами и/или средствами вычислительной техники.	1,25
Рационально использует время, отведенное на задание; проявляет активность при выполнении практической работы.	1,25
Итого	**5**

Максимальное количество – 5 баллов соответствует оценке «отлично», 4 балла – «хорошо», 3 балла – «удовлетворительно», 2 балла – «неудовлетворительно».

12.2.5 Рекомендации по оцениванию отчета о практической работе

Оформление отчета о проделанной практической работе обучающиеся осуществляют в рамках самостоятельной работы.

Критерии оценки отчета о практической работе:

– правильность выполнения работы (учитывается полнота отчета о практической работе, наличие всех необходимых данных, наличие выводов, наличие ошибок и неточностей);

– аккуратность оформления отчета о практической работе.

Критерии оценки отчета о практической работе

Наименование параметра оценки	Максимальное количество баллов
Отчет о практической работе содержит все необходимые данные и выводы.	2,5
Отчет о практической работе не содержит ошибок и неточностей.	1,25
Отчет о практической работе оформлен аккуратно.	1,25
Итого	**5**

Максимальное количество – 5 баллов соответствует оценке «отлично», 4 балла – «хорошо», 3 балла – «удовлетворительно», 2 балла – «неудовлетворительно».

Задания и вопросы для текущего контроля знаний обучающихся по разделам (темам) учебной дисциплины приведены в приложении.

13 Промежуточная аттестация

13.1 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине предназначены для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения учебной дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяют определить качество усвоения изученного материала.

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по учебной дисциплине является: зачет.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся включают: вопросы к зачету.

13.2 Оценивание обучающегося на зачете

Оценка	Требования к знаниям
зачтено	Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если он твердо знает программный 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, обладает необходимыми умениями и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по учебной дисциплине.
не зачтено	Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Как правило, оценка «не зачтено» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по данной учебной дисциплине.

Задания и вопросы для промежуточной аттестации обучающихся приведены в приложении.

14 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

а) литература:

1 Пугачев, В. П. Управление персоналом организации : учебник и практикум для вузов / В. П. Пугачев. — 3-е изд., перераб. и доп. —

Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 523 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16597-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/586323 (дата обращения: 05.05.2026);

2 Рынок труда : учебник и практикум для вузов / под редакцией Е. Б. Яковлевой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 253 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09043-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/583465 (дата обращения: 05.05.2026);

3 Гончаров, А. И. Маркетинг персонала : электронное учебное пособие / А.И. Гончаров, В.П. Крикун, Е.И. Скитёва. – Санкт-Петербург : ПГУПС, 2022. – 61 с. – ISBN 978-5-7641-1713-3. – URL: https://e.lanbook.com/book/264659 (дата обращения: 05.05.2026);

4 Маркетинг персонала : методические указания к выполнению практических работ самостоятельной работы : для обучающихся по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Сибирский государственный индустриальный университет, Кафедра менеджмента и отраслевой экономики ; сост. Т. В. Бобко. – Новокузнецк : Издательский центр СибГИУ, 2022. – URL: https://library.sibsiu.ru/LibrEduMethodSectionsEditionsFilesDownload.asp?lngSection=10&lngEdition=9901&lngFile=9671&strParent=LibrEduMethodSectionsEditionsFiles (дата обращения: 05.05.2026);

5 Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебник для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14616-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/588657 (дата обращения: 05.05.2026).

б) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1 Электронный каталог : сайт / Научно-техническая библиотека СибГИУ. – Новокузнецк, [199 –]. – URL: http://libr.sibsiu.ru. – URL: https://libr.sibsiu.ru;

2 Электронная библиотека // Научно-техническая библиотека СибГИУ : сайт. – Новокузнецк, [200 –]. – URL: http://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: https://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp;

3 Консультант студента : электронно-библиотечная система / ООО «КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА». – Москва, [200 –]. – URL: http://www.studentlibrary.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

4 ЛАНЬ : электронно-библиотечная система : [коллекция «Единая профессиональная база знаний для технических вузов - Издательство Лань" ЭБС»] / ООО «Издательство ЛАНЬ». – Санкт-Петербург, [200 –]. –

URL: http://e.lanbook.com. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

5 Образовательная платформа ЮРАЙТ / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Москва, [200 –]. – URL: https://urait.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

6 Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Директ-Медиа». – Москва, [200 –]. – URL: https://biblioclub.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: http://www.biblioclub.ru;

7 НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU : база данных / ООО «НЭБ». – Москва, [200 –]. – URL: http://elibrary.ru. – Режим доступа: по подписке;

8 Электронные периодические издания ИВИС : универсальная база данных / ООО «ИВИС». – Москва, [200 –]. – URL: http://eivis.ru. – Режим доступа: по подписке.

в) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– 7-Zip;
– Adobe Acrobat Reader;
– Astra Linux Special Edition;
– Kaspersky Endpoint Security;
– Microsoft Office;
– Microsoft Windows;
– OnlyOffice;
– Р7-Офис.

г) базы данных и информационно-справочные системы:

1 ГАРАНТ : справочно-правовая система / ООО «Правовой центр «Гарант». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.;

2 КонсультантПлюс : справочно-правовая система / ООО «Информационный центр АНВИК». – Новокузнецк, [199 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть библиотеки Сиб. гос. индустр. ун-та.;

3 Техэксперт : информационно-справочная система / ООО «Группа компаний «Кодекс». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

15 Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины включает учебные аудитории, оснащенные оборудованием, компьютерной техникой, и техническими средствами обучения, в том числе:

- учебную аудиторию для проведения занятий лекционного типа, оборудованную учебной доской, экраном и мультимедийным проектором;

- учебную аудиторию для проведения занятий семинарского типа (практических занятий), оснащенную рабочими местами для обучающихся, рабочим местом преподавате-ля, необходимой для проведения практических занятий методической и справочной литературы (в т. ч. в электронном в виде), техническими средствами обучения: компьютер, мультимедийный проектор, экран, мультимедийные презентации;
- учебную аудиторию (помещения) для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, научно-техническую библиотеку СибГИУ.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.03.03 «Управление персоналом».

Составитель(и):

старший преподаватель Бобко Татьяна Владимировна (кафедра менеджмента и территориального развития).

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры.

Согласована:

Директор по персоналу ООО «Новая Горная Управляющая Компания»  Т.О. Горлатова

Приложение

В целях эффективной оценки результатов обучения (компетенций и/или индикаторов достижения компетенций) приложение к рабочей программе дисциплины включает: тестовые задания, вопросы для устного обсуждения (опроса), вопросы к зачету, примеры заданий.

Примерные тестовые задания для входного контроля знаний обучающихся

1 К основным требованиям к организации кадрового планирования относится:

а) приоритет задач корпоративного характера, вытекающих из стратегии развития организации

б) планирование затрат на персонал в рамках стратегии общих затрат фирмы

в) подбор и расстановка кадров;

г) мотивация и стимулирование персонала.

2 Подход, при котором функция подбирается для человека, предполагает:

а) исключение человека из группы и закрепление за ним работы в соответствии с задачами группы

б) описание работы

в) включение человека в группу и закрепление за ним работы в соответствии с задачами группы

г) подбор работы, наиболее соответствующей возможностям и месту человека.

3 **Персонал организации - это:**

а) совокупность работников организации, объединенных в специализированные службы;

б) выделение работников по социально-демографическим группам;

в) совокупность отдельных лиц работников, объединенных по какому-либо признаку;

г) личный состав организации, работающий по найму и обладающий определенными признаками.

4 **Структура персонала организации - это:**

а) соотношение профессиональных групп специалистов и рабочих;

б) совокупность отдельных лиц работников, объединенных по какому-либо признаку;

в) выделение групп работников по функциям (видам деятельности) организации;

г) совокупность работников организации, объединенных в специализированные службы;

д) личный состав организации, работающий по найму и обладающий определенными признаками.

5 Оперативное планирование – это:

а) краткосрочное от 0 до 1 года;

б) средний ориентированный перенос кадровых стратегий на конкретные проблемы сроком от1 до 3 лет;

в) долгосрочное планирование, ориентированное на период от 3 до 10 лет;

г) календарное планирование на текущие периоды (квартал, полугодие, год);

д) планирование по целям.

6 Тактическое планирование – это:

а) краткосрочное от 0 до 1 года;

б) средний ориентированный перенос кадровых стратегий на конкретные проблемы сроком от1 до 3 лет;

в) долгосрочное планирование, ориентированное на период от 3 до 10 лет;

г) календарное планирование на текущие периоды (квартал, полугодие, год);

д) планирование по целям.

7 Стратегическое планирование – это:

а) краткосрочное от 0 до 1 года;

б) средний ориентированный перенос кадровых стратегий на конкретные проблемы сроком от1 до 3 лет;

в) долгосрочное планирование, ориентированное на период от 3 до 10 лет;

г) календарное планирование на текущие периоды (квартал, полугодие, год);

д) планирование по целям.

8 Сколько основных этапов формирования государственной кадровой политики?

а) 2;

б) 4;

в) 6;

г) 8;

д) нет правильного ответа.

9 Изучение кадровой политики предприятий-конкурентов направленно:

а) на разработку новых видов продукции;

б) на определение стратегического курса развития предприятия;

в) на создание дополнительных рабочих мест;

г) на перепрофилирование деятельности предприятия;

д) на разработку эффективной кадровой политики своего предприятия.

10 Что не включает инфраструктура рынка интеллектуального труда:

а) биржи труда;

б) аграрные биржи;

в) фонды и центры занятости;

г) центры, институты переподготовки и повышения квалификации специалистов;

11 Какой вид безработицы характеризует наилучший для экономики резерв рабочей силы, способный достаточно оперативно совершать межотраслевые перемещения в зависимости от колебания спроса и предложения рабочей силы?

а) структурная безработица;

б) технологическая безработица;

в) естественная безработица;

г) экономическая безработица;

д) вынужденная безработица.

12 Цена рабочей силы - это:

а) это целесообразная деятельность человека (людей), направленная на изменение и преобразование действительности для удовлетворения своих потребностей, создание материальных благ и услуг (или) духовных ценностей;

б) заработная плата и бенефиты, реально выплачиваемые работодателем с учетом государственного регулирования в этой области;

в) мера воплощенной в человеке способности приносить доход. Включает врожденные способности и талант, а также образование и приобретенную квалификацию.

г) спрос и предложение на интеллектуальный труд;

д) совокупность его возможностей к творческому труду.

13 Отметьте то, что не относится к основным механизмам рынка труда:

а) предложение;

б) профессиональная переподготовка;

в) спрос;

г) рыночная цена трудовых услуг.

14 Главная составная часть трудовых ресурсов:

а) работники;

б) предприниматели;

в) наемная рабочая сила;

г) все население страны.

15 Является ли механизм рынка труда взаимодействием и согласованием разнообразных интересов работодателей и трудоспособного населения, которое желает работать по найму на основе информации, получаемой в виде изменений цены труда?

а) нет;

б) да.

16 Отметьте название новых тенденций в развитии экономики, придавших новое качество рынку труда:

а) «жесткий рынок труда»;

б) «эластичный рынок труда»;

в) «гибкий рынок труда».

17 К какому рынку ближе российская модель рынка труда?

а) к внешнему рынку труда;

б) к внутреннему рынку труда.

18 Чем принято определять удовлетворенный спрос на рабочую силу?

а) числом работников, ищущих работу в течение определенного периода времени;

б) числом работников, нанятых предприятиями в течение определенного периода времени.

19 Будет ли совокупный объем предложения рабочей силы на рынке труда кроме занятых лиц, которые имеют работу, включать и незанятых лиц, ищущих работу?

а) нет;

б) да.

20 Как реализуются взаимодействия на рынке труда?

а) посредством обмена на основе спроса и предложения

б) за счёт эффективного использования рабочей силы

в) за счёт ограниченности экономических ресурсов

г) посредством вложения капиталов с целью последующего получения прибыли.

Задания и вопросы для текущего контроля знаний обучающихся по разделам (темам) учебной дисциплины

Раздел 1 Сущность и принципы маркетинга персонала

1.1 Устный опрос на практическом занятии «Разработка плана маркетинга персонала»

Примерный перечень вопросов для устного опроса:

1 Объясните понятие внешний маркетинг персонала;

2 Охарактеризуйте подвиды внешнего маркетинга персонала: ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг и т.п.;

3 Приведите примеры подвидов внешнего маркетинга персонала;

4 Объясните, что означает понятие «сегментация рынка труда»;

5 Расскажите, что входит в состав Плана маркетинга персонала.

Раздел 2 Методологические основы маркетинга в регулировании рабочей силы

2.1 Устный опрос на практическом занятии «Маркетинговые исследования рынка труда»

Примерный перечень вопросов для устного опроса:

1 Расскажите, для чего предприятию нужно проводить маркетинговые исследования;

2 Поясните, какие виды маркетинговых исследований вы знаете;

3 Объясните, как вы понимаете понятие «конъюнктурные исследования рынка труда» и что является предметом исследования;

4 Прокомментируйте основные направления анализа рынка труда;

5 Сформулируйте основные принципы изучения рынка рабочей силы;

Раздел 3 Маркетинг-менеджмент рынка труда

3.1 Устный опрос на практическом занятии «Формирование имиджа организации как работодателя»

Примерный перечень вопросов для устного опроса:

1 Охарактеризуйте понятие имидж работодателя;

2 Раскройте основную цель формирования имиджа работодателя;

3 Расскажите, какие факторы влияют на формирование имиджа работодателя;

4 Назовите методы формирования имиджа работодателя;

5 Каковы особенности формирования имиджа работодателя.

3 Тестирование по результатам освоения лекционного материала и самостоятельной работы

Тестирование проводится для определения степени усвоения материалов лекций, а также выполнения самостоятельной работы в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся, в СУО СибГИУ.

Примерный перечень вопросов для тестирования:

Раздел 1 Сущность и принципы маркетинга персонала

1_____– это вид управленческой деятельности, направленной на определение потребности в персонале, источников, путей покрытия этих потребностей и определение затрат, связанных с этой деятельностью

2 Главная задача маркетинга персонала это:

а) владение ситуацией на рынке труда для определения потребностей в специалистах дефицитных специальностей

б) предоставление людям рабочих мест в нужный момент времени и в необходимом количестве

в) изучение объявлений о поиске работы, публикация собственных объявлений

г) владение ситуацией на рынке труда для эффективного покрытия потребности в персонале

д) анализ затрат, связанных с наймом персонала

3 Маркетинг персонала означает, что организация в каждом своем сотруднике видит…

а) рабочую силу

б) клиента

в) человеческий капитал

г) ресурс производства

4 Маркетинговые исследования, как функции маркетинга персонала – это:

а) сбор и анализ рыночной информации и разработка рекомендаций для принятия управленческих решений

б) процесс, который предполагает анализ маркетинговой среды и возможностей организации, принятия решений по маркетинговой деятельности и их реализацию

в) процесс определения потребительских характеристик рабочей силы и ее позиционирование на рынке труда, разработка средств маркетинговой поддержки рабочей силы на разных этапах жизненного цикла организации

г) процесс определения «цены» рабочей силы на рынке труда, в зависимости от пространства и времени

5 Направления маркетинговой деятельности в области персонала – это…

а) разработка профессиональных требований к персоналу

б) определение количественной и качественной потребности в персонале

в) расчет затрат на приобретение и использование персонала

г) выбор источников и путей покрытия потребностей в персонале

д) формирование кадровой политики организации

е) управление конфликтами

ж) разработка системы мотивации

и) проектирование структуры организации

6 Модель «4Р» маркетинга персонал-микс – это совокупность средств воздействия на потребителей рынка труда с целью вызвать у них желаемую ответную реакцию:

а) верно

б) частично верно

в) неверно

7 Цели маркетинга персонала предполагают экономию затрат и доходность вложений в персонал:

а) верно

б) частично верно

в) неверно

8 Коммуникационное обеспечение маркетинга персонала основано на использовании:

а) вербальной формы общения

б) невербальной формы общения

в) неречевых средств общения

г) правильного ответа нет

9 Маркетинг персонала трактует рабочее место как:

а) рабочее место в рамках самой организации

б) продукт, который продается на рынке труда

в) территорию, которая отводится для этого рабочего места

10 Что относится к информационной функции маркетинга персонала:

а) нормативно-методическое обеспечение

б) документационное обеспечение

в) организационно-правовое обеспечение

г) правильного ответа нет

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

а) кадровая политика организаций-конкурентов

б) финансовые ресурсы организации

в) источники покрытия кадровой потребности

г) развитие технологии

д) особенности социальных потребностей

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

а) кадровый потенциал организации

б) развитие законодательства

в) особенности социальных потребностей

г) цели организации

д) источники покрытия кадровой потребности

13 Концепция управления персоналом включает в себя:

а) разработку должностных инструкций работников службы управления персоналом

б) разработку методологии системы управления персоналом

в) формирование организационной структуры управления организации

г) формирование системы управления персоналом

д) разработку технологии управления персоналом

14 Современная концепция управления человеческими ресурсами включает в себя критерии оценки эффективности:

а) органичная, гибкая форма организации

б) центральная бюрократия

в) полное использование потенциала сотрудников

г) самоконтроль

д) внешний контроль

15 К задачам маркетинга персонала на стратегическом уровне относят:

а) определение потребности в персонале

б) внедрение планов мероприятий, специфически сформированных для целевых групп

в) исследование рынка труда

г) формирование сегментов рабочей силы

д) определение целевых групп

е) определение позиций, необходимых и желаемых организацией

16 К задачам маркетинга персонала на оперативном уровне относят:

а) определение потребности в персонале

б) внедрение планов мероприятий, специфически сформированных для целевых групп

в) исследование рынка труда

г) формирование сегментов рабочей силы

д) определение целевых групп

е) определение позиций, необходимых и желаемых организацией

17 Маркетинг персонала в узком смысле – это:

а) определенная философия и стратегия управления человеческими ресурсами

б) особая функция службы управления персоналом

в) вид управленческой деятельности, направленной на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами

г) нет правильного ответа

18 Основными составляющими маркетинга персонала не являются:

а) определение количественной потребности в персонале

б) разработка требований к персоналу

в) определение качественной потребности в персонале

г) деловая оценка персонала

д) отбор персонала

19 _____персонала – это совокупность средств воздействия на потребителей рынка труда с целью вызвать у них желаемую ответную реакцию

20 Маркетинг персонала: понимание требований и запросов кандидата, самоформирование потенциальных кандидатов, проведение сегментирования рабочей силы и …

а) воздействие на субъективное восприятие

б) воздействие на объективное восприятие

в) воздействие на психологическое восприятие

г) воздействие на социальное восприятие

Раздел 2 Методологические основы маркетинга персонала

1 Соответствие структуры производства и занятости потребности рынка в товарах и услугах называется:

а) внутриорганизационной конкурентоспособностью

б) внешней конкурентоспособностью

в) эффективной занятостью

г) рациональной расстановкой

2 _____– совокупность действий собственника рабочей силы, направленных на поиск и создание максимально благоприятных условий для формирования его конкурентоспособности на перспективу.

3 К преимуществам внутренних источников привлечения персонала относят:

а) низкие затраты на адаптацию персонала

б) уменьшение угроз возникновения интриг внутри организации

в) появление новых импульсов для развития

г) рост производительности труда

д) повышение мотивации, степени удовлетворенности трудом

4 К недостаткам внешних источников привлечения персонала относят:

а) более высокие затраты на привлечение персонала

б) уменьшение угроз возникновения интриг внутри организации;

в) появление новых импульсов для развития

г) длительный период адаптации

д) ограничение возможностей для выбора кадров

5 При осуществлении анализа внутреннего рынка труда по направлению «Организация труда» используется следующий инструментарий:

а) штатное расписание

б) опросы сотрудников

в) схемы организационных структур

г) информация о результатах обучения персонала

д) диаграммы выполнения функций

6 К недостаткам временного найма (с точки зрения нанимающей организации) относится то, что:

а) организации не приходится выплачивать им премии

б) организации не приходится обеспечивать компенсациями и заботиться о последующем продвижении по службе

в) временного работника можно как принять, так и уволить в любое время в зависимости от требований выполняемой им работы

г) временный работник обычно не знает специфики работы организации

д) широкие возможности выбора

7 Лизинг персонала необходим для:

а) привлечение новых работников н предприятие на постоянной основе

б) покрытия краткосрочной временной потребности в персонале (через болезнь, через серьезные колебания в деятельности предприятия и т.д.)

в) повышение квалификации работников предприятия

г) возможности получения предприятием дополнительного дохода

8 Структура спроса на рабочую силу включает следующие основные группы:

а) спрос на профессиональную рабочую силу

б) спрос на неквалифицированную рабочую силу

в) спрос на рабочую силу низкой квалификации

г) спрос на высококвалифицированную рабочую силу

9 Что не включает инфраструктура рынка интеллектуального труда:

а) фонды и центры занятости

б) центры, институты переподготовки и повышения квалификации специалистов

в) аграрные биржи

г) биржи труда

д) электронные рынки труда (автоматизированные банки данных)

10 _____– это описание особенностей определенной профессии, раскрывающее содержание профессионального труда, а также требования, предъявляемые к человеку.

11 Разработка требований к персоналу заключается в формировании представлений о качественных характеристиках персонала:

а) верно

б) частично верно

в) неверно

12 Повышение способности организации изменять численность работников в соответствии с изменениями объемов оказываемых услуг/производимых товаров путем использования добавочных или альтернативных источников рабочей силы представляет:

а) численную адаптацию рабочей силы

б) функциональную адаптацию рабочей силы

в) дистанционную адаптация рабочей силы

г) финансовая адаптация рабочей силы

д) лизинг рабочей силы

13 Что понимается под использованием персонала:

а) деятельность, направленная на развитие способностей работников с целью их постоянного роста и прогресса

б) комплекс мероприятий, направленный на обеспечение условий, для наиболее эффективной реализации творческого и физического трудового потенциала работников

в) стратегическое планирование и управление работниками

14 Расположите в хронологической последовательности этапами процедуры обеспечения потребности в персонале при его недостатке:

а) 1 — установление контакта с претендентами на должность, 2 — поиск потенциальных источников привлечения персонала, 3 — зачисление на работу, 4 — отбор персонала

б) 1 — поиск потенциальных источников привлечения персонала, 2 — отбор персонала, 3 — установление контакта с претендентами на должность, 4 — зачисление на работу

в) 1 — поиск потенциальных источников привлечения персонала, 2 — установление контакта с претендентами на должность, 3 — отбор персонала, 4 — зачисление на работу

г) 1 — установление контакта с претендентами на должность, 2 — отбор персонала, 3 — поиск потенциальных источников привлечения персонала, 4 — зачисление на работу

15 Чистая потребность в персонале определяется как:

а) разница между прогнозируемой фактическим наличием персонала валовой потребности в персонале

б) разница между валовой потребности в персонале и прогнозируемой фактическим наличием персонала

в) сумма прогнозируемой фактического наличия персонала валовой потребности в персонале

г) все ответы не верны

16 Если при расчете чистой потребности в персонале ее значение окажется положительным, то это означает, что:

а) численность персонала на сегодняшний день меньше необходимой в будущем, то есть наблюдается нехватка работников и, соответственно, необходимо проводить мероприятия по привлечению персонала

б) численность персонала соответствует необходимой в будущем

в) численность персонала на сегодняшний день больше необходимой в будущем, что свидетельствует о излишней численности, а значит о необходимости проведения мероприятий по высвобождению персонала

г) все ответы не верны

17 Как добиться увеличения предложения работников в организации (привести численность в соответствие с ее реальными потребностями), не прибегая к дополнительному найму со стороны (при необходимости укажите несколько вариантов):

а) использовать переработки рабочего времени

б) использовать лизинг рабочей силы

в) использовать гибкое рабочее время

г) использовать контракты на конкретную работу

18 Сущность кадрового планирования заключается в:

а) организации обучения кадров с целью усовершенствования знаний, умений и навыков в связи с повышением требований к профессии или должности

б) экономии рабочей силы в результате совершенствования системы управления, совмещения профессий, роста производительности труда, сокращения потерь рабочего времени и т.п.

в) преобразовании имеющихся качественных характеристик персонала в результаты, способствующие достижению цели деятельности организации в настоящем и будущем

г) предоставлении людям рабочих мест в нужный момент времени и необходимом количестве в соответствии с их способностями, склонностями и требованиями производства

д) владении ситуацией на рынке труда

19 Кадровое планирование дает ответ на следующие вопросы:

а) сколько работников, какой квалификации, когда и где будут необходимы

б) какова эффективность функционирования системы управления персоналом в организации

в) какие мероприятия необходимо разработать для повышения эффективности социальных программ организации

г) каким образом можно привлечь необходимый и сократить излишний персонал без нанесения социального ущерба

д) как лучше использовать персонал в соответствии с его способностями

20 Оперативный план работы с персоналом - это комплекс взаимосвязанных кадровых мероприятий, направленных на …:

а) предоставление людям рабочих мест в нужный момент времени и необходимом количестве в соответствии с их способностями, склонностями и требованиями производства

б) реализацию конкретных целей организации и каждого работника и охватывающих планирование всех видов работы с персоналом в организации

в) определение потребности в персонале, источников, путей покрытия этих потребностей и определение затрат, связанных с этой деятельностью

г) приспособление работника к новым профессиональным, социальным, организационно-экономическим условиям труда

д) рациональное распределение работников организации по структурным подразделениям, участкам, рабочим местам

Раздел 3 Маркетинг–менеджмент рынка труда

1 Какие элементы включает в себя современная структура рынка труда?

а) производственную систему

б) систему найма

в) систему подготовки кадров

г) систему переподготовки и переквалификации

2 _____– это механизм спроса и предложения, функционирующий на основе информации, поступающей в виде изменений цены труда (заработной платы)

3 При выборе предприятием формы привлечения персонала исследуется рынок труда, который подразделяется на:

а) специализированный

б) внутрифирменный

в) внешний

г) верны ответы «б» и «в»

4 При исследовании внутрифирменного (внутреннего) рынка труда анализируется:

а) социально-демографическая ситуация

б) кадровая ситуация

в) политическая ситуация

г) верными являются ответы «а» и «б»

5 При исследовании внешнего рынка труда анализируется:

а) уровень конкуренции на выбранном сегменте рынка труда

б) местонахождение предприятия, его преимущества и недостатки для потенциальных сотрудников

в) наличие или отсутствие возможности помощи со стороны других организаций по привлечению персонала

г) все ответы верны

6 Налаживание контакта с потенциальными работниками предприятия с целью побудить их подать заявление о приеме на работу имеет название:

а) маркетинг персонала

б) тестирование персонала

в) вербовка персонала

г) аттестация персонала

7 Скрытый рынок труда образуют:

а) работники, которым приходится трудиться в условиях перегруженного рабочего дня или недели

б) работники, которым приходится трудиться в условиях нормального рабочего дня или недели

в) работники, которым приходится трудиться в условиях неполного рабочего дня или недели

г) работники, не желающие трудиться в условиях перегруженного рабочего дня или недели

8 Текущий рынок труда образуется:

а) за счет роста потенциальных возможностей рабочей силы

б) за счет естественного и механического движения рабочей силы и рабочих мест

в) за счет искусственного движения рабочей силы и рабочих мест

г) не за счет естественного и механического движения рабочей силы и рабочих мест

9 _____– это объективно обусловленный процесс структурирования рынка труда, при котором под воздействием политико-экономических и социальных факторов развития общества

возникает естественное разделение труда и формируются отдельные субрынки, или сегменты, отличающиеся различными характеристиками, исходя из особенности каждой категории работников

10 _____ – это устойчивый образ организации в представлении групп общественности

11 Влияет ли имидж организации на ее финансовые показатели?

а) да, влияет

б) влияет, если они ухудшаются

в) влияет, если они улучшаются

г) не влияет

12 Верны ли определения?

А) Дифференциация имиджа означает создание имиджа предприятия и его продукции, с лучшей стороны отличающего его от конкурентов.

В) Дифференциация имиджа означает наем и обучение более квалифицированного, чем у конкурентов, персонала для работы с клиентами.

Подберите правильный ответ

а) А – да, В – нет

б) А – да, В – да

в) А – нет, В – да

г) А – нет, В – нет

13 Непрерывно осуществляемая деятельность по формированию на рынке труда положительного имиджа организации – это …

а) опосредованная вербовка персонала

б) непосредственная вербовка персонала

в) отбор персонала

г) лизинг персонала

14 В каких случаях можно сказать, что у какой-либо организации «плохой» имидж?

а) если этот имидж сознательно испорчен конкурентами организации

б) если этот имидж не соответствует ожиданиям конкретной целевой аудитории;

в) если в прессе появляются негативные отзывы авторитетных журналистов о деятельности организации

г) если этот имидж не соответствует существующим в обществе представлениям о респектабельной компании

15 При создании делового имиджа необходимо учитывать:

а) корпоративные принципы

б) характер внешней среды

в) ожидания аудитории

16 Имидж в переводе с английского языка означает:

а) образ
б) впечатление
в) оценка
г) руководство к действию

17 Информационная функция включает в себя следующее направление исследования:

а) исследование ресурсов предприятия
б) исследование текучести кадров
в) исследование имиджа организации
г) исследование внешней среды организации

18 Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:

а) синонимами
б) четко взаимосвязанными понятиями
в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками
г) антонимами

19 Вставьте пропущенную фразу:

К основным направлениям анализа имиджа персонала относят: опрос общественного мнения, …, текучесть кадров и прогулы, высказанную критику и личное недовольство, собеседования с работниками, рекламу кадрового имиджа.

а) увеличение численности персонала
б) сокращение потерь рабочего времени
в) приток заявлений на работу
г) улучшение социально-психологического климата

20 _____ в маркетинг– менеджменте персонала – систематическая организация мероприятий как платформы презентации работодателя, чтобы с помощью эмоционального воздействия активизировать внимание целевой группы – работников, безработных.

4 Выполнение практических работ

Задания для практических работ, теоретический и методический материал для самостоятельного изучения и вопросы для собеседования представлены в методических указаниях к практическим занятиям.

4.1 Примерные задания для практических работ

Практические занятия к разделу 1

4.1.1 Разработка Плана маркетинга персонала

Задание 1 Разработайте последовательную систему мероприятий, включающих:

1) первоочередное выявление потребностей соискателей рабочего места с их дифференциацией на «материальные» и «нематериальные»;

2) выбор обоснованных действий по взаимодействию с соискателями;

3) определение методов привлечения персонала в организацию.

Задание 2 Разработайте ваш вариант бланка –матрицы для принятия решения о найме.

Задание 3 Ваш бизнес расширяется и через полгода вы планируете открыть10 новых филиалов. В каждый филиал требуются менеджеры по продажам, бухгалтеры, офис-менеджер.

Разработайте план мероприятий маркетинга, который позволит укомплектовать штат каждого филиала в течение 6 месяцев и нанять 150 менеджеров по продажам, 8 бухгалтеров и 10 офис-менеджеров.

Задание 4 Технология точечного подбора персонала (executive search) решает задачи подбора персонала на ключевые позиции в компании. При решении задач привлечения высококвалифицированных кандидатов компания может столкнуться с определенными трудностями.

Как на рынке покупатель выбирает товар, так кандидат, имеющий ценный профессиональный опыт, выбирает компанию. Именно он решает, какая компания для него наиболее интересна в зависимости от ставящихся перед ним задач, предоставления полномочий, корпоративной культуры, ее стабильности, уровня предлагаемого дохода, возможности собственного развития и развития дальнейшей карьеры, совмещения ценностей компании и своих собственных.

Основываясь на материалах профессиональных сайтов по управлению персоналом составьте алгоритм точечного подбора персонала (executive search).

Задание 5 Опираясь на описание технологии точечного подбора персонала (executive search) и условия задания 4 охарактеризуйте маркетинговые приемы повышения отклика редких высококвалифицированных кандидатов на вакансию (другими словами, с помощью каких инструментов можно привлечь редких высококвалифицированных кандидатов на работу в компании и обеспечить их занятость в компании на длительный период времени?

Задание 6 Выберите организацию, находящуюся в г. Новокузнецке, и дайте ее описание. Сформулируйте проблему, характеризующую необходимость удовлетворения качественной и количественной потребности в персонале данной организации. Детально рассмотрите содержание этапа маркетинга персонала «Разработка персонал-маркетинговой стратегии. Формирование и реализация целевого плана персонал-маркетинговых мероприятий». Рассмотрите назначение и особенности формирования интегрированного Плана маркетинга организации как инструмента маркетинга. На основании этого предложите свой вариант (для выбранной вами организации) целевого Плана маркетинга персонала.

Задание 7 Задачами маркетинга персонала выступают:

- исследование рынка труда для установления текущих и перспективных потребностей организации в количестве и качестве персонала;
- обеспечение стратегического и оперативного планирования персонала;
- поиск и приобретение персонала, характеристики которого соответствуют требованиям организации-работодателя;

Дополните список задач маркетинга персонала.

Задание 8 Приведите примеры подвидов внешнего маркетинга персонала, заполните таблицу 1. Предложите по одному мероприятию для каждого из подвидов внешнего маркетинга персонала, направленных на реализацию стратегии управления персоналом. Обоснуйте организационную и социальную значимость каждого мероприятия.

Таблица 1 - Примеры подвидов внешнего маркетинга персонала

Подвиды внешнего маркетинга персонала	Примеры подвидов внешнего маркетинга персонала	Мероприятия маркетинга персонала
Ремаркетинг (падающий спрос)		
Поддерживающий (полноценный спрос)		
Демаркетинг (чрезмерный спрос)		
Противодействующий (нерациональный спрос)		
Конверсионный (отрицательный спрос)		
Стимулирующий (отсутствующий спрос)		
Развивающий (скрытый спрос)		
Синхромаркетинг (нерегулярный спрос)		

Задание 9 Разработайте стратегию маркетинга персонала для сегмента трудовых ресурсов:

- работники предприятия предпенсионного возраста.

Сформулируйте 2-3 мероприятия, направленных на реализацию данной стратегии. Оцените организационные и социальных последствия разработанных мероприятий.

Практические занятия к разделу 2

4.2.1 Маркетинговые исследования рынка труда

Задание 1 Объясните, как можно использовать разные типы исследования для составления прогноза реакции работника организации на новую систему оплаты труда.

Задание 2 Пользуясь Интернет-ресурсами (например, hh.ru) опишите, какие профессии наиболее востребованы работодателями и какие профессии наиболее востребованы соискателями в Кемеровской области. Сделайте выводы. Разработайте мероприятия, которые, с вашей точки зрения, позволят сбалансировать региональный рынок труда.

Задание 3 Проанализируйте региональный рынок труда и выявите возможности трудоустройства подростков, пенсионеров, инвалидов, женщин, воспитывающих детей. По результатам исследования сделайте выводы.

Задание 4 Существует три основных способа получения первичных данных: 1) наблюдение за поведением людей, 2) опрос и эксперимент, 3) панель. Информация может собираться либо с использованием специальных устройств, либо непосредственно специалистом. Важна и вторичная маркетинговая информация. Перечислите преимущества и недостатки методов сбора маркетинговой информации. Заполните таблицу 2.

Таблица 2 **-** Преимущества и недостатки методов сбора маркетинговой информации

№ п/п	Основные способы получения маркетинговой информации	Сравнительная характеристика	
		Преимущества	Недостатки
1	Наблюдение за поведением людей		
2	Опрос		
3	Эксперимент		
4	Панель		
5	Использование специальных устройств		
6	Вторичная маркетинговая информация		

Задание 5 Предприятиями и организациями региона в течение года принято на работу 247 тыс. чел., в т. ч. 70 % – на замещение вакансий по причине текучести рабочей силы, 9 % – на замещение естественной и механической убыли, 5 % – в связи с выходом на пенсию части персонала. Число незамещенных вакансий – 53 тыс. В службу занятости заявлено 38 тыс. вакансий.

Определите:

– величину и структуру общего спроса на рабочую силу;

– величину и долю неудовлетворенного спроса на рабочую силу;

– долю заявленного спроса на рабочую силу в составе незамещенных вакансий.

Задание 6 Пользуясь Интернет-ресурсами (например, https://novokuznetsk.hh.ru/) опишите портрет соискателя на рынке труда г. Новокузнецка.

Задание 7 Пользуясь Интернет-ресурсами (например, https://novokuznetsk.hh.ru/) опишите портрет кандидата, которого ищут работодатели на рынке труда г. Новокузнецка.

Задание 8 Используя положения профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом», проанализируйте и сформулируйте систему требований, которые организация – работодатель предъявляет к менеджеру по подбору персонала, претендующему на вакансию. Обоснуйте ответ опираясь на параметры кандидата.

Параметры кандидата

1 Способности:

а) уровень полученного образования;

б) необходимые знания (основные и дополнительные);

в) практические навыки в определенной сфере профессиональной деятельности;

г) опыт работы в определенных должностях;

д) навыки сотрудничества и взаимопомощи.

2 Свойства:

а) личностные качества, необходимые для определенного вида деятельности;

б) способность к восприятию профессиональных нагрузок;

в) способность к концентрации памяти, внимания, усилий и т.п.;

3 Мотивационные установки:

а) сфера профессиональных интересов;

б) стремление к самовыражению и самореализации;

в) способность к обучаемости;

г) заинтересованность в работе по определенной должности, определенность профессиональных перспектив.

Задание 9 У соискателей тоже формируются требования к своему рабочему месту. Заполните таблицу 3, продолжив перечень требований соискателей к рабочему месту еще, как минимум, пятью позициями. Добавьте в таблицу 3 минимум 2-3 неучтенные, с вашей точки зрения, позиции.

Таблица 3 – Требования соискателей к рабочему месту

№п/п	Требования к рабочему месту
1	Возможность осуществления своих идей
2	Работа с индивидуальной ответственностью
3	Работа в команде
4	Гибкий график работы
5	Возможность построения карьеры
	…

Задание 10 На основании данных предприятия, на котором проходили производственную практику заполните таблицу 4. В случае отсутствия необходимых показателей с реального предприятия, заполнить таблицу на основе условных данных, выданных преподавателем.

Таблица 4 – Система показателей расходов на персонал

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Характеристика показателя
1	Численность персонала	чел.	Величина организации
2	Удельный вес работников (рабочих, руководителей, специалистов)	%	Структура персонала
3	Текучесть кадров	чел.	Неудовлетворенность условиями труда
4	Средний возраст работников	лет	Потенциал человеческих ресурсов
5	Общая величина расходов на персонал	тыс. руб.	Расходы на человеческие ресурсы
6	Затраты на заработную плату	тыс. руб.	Рациональность организации заработной платы
	Удельный вес заработной платы в издержках	%	
7	Средняя заработная плата	руб.	Уровень оплаты труда
8	Заработная плата руководителя	руб.	Дифференциация в оплате труда
9	Расходы на социальные выплаты, предусмотренные законом	тыс. руб.	Степень социальной защищенности работников
	Удельный вес в издержках	%	
10	Расходы на дополнительные социальные льготы и выплаты в рамках социальной политики	тыс. руб.	Степень социальной защищенности работников
	Удельный вес в издержках	%	
11	Расходы на содержание социальной инфраструктуры	тыс. руб.	Уровень социального развития
	Удельный вес в издержках	%	
12	Расходы на программу «Участие в прибылях»	тыс. руб.	Вовлеченность персонала в управление организацией
13	Средний размер дивидендов	Руб.	Структура доходов персонала
14	Расходы на персонал, отнесенные на единицу выпуска продукции (работ, услуг)	тыс. руб.	Эффективность использования человеческих ресурсов
15	Удельный вес расходов на персонал в общих издержках организации	%	Эффективность использования человеческих ресурсов
16	Расходы на выплату льгот и компенсаций за неблагоприятные условия труда	тыс. руб.	Забота о здоровье работников (стимулирующие выплаты)
17	Производительность труда		

	а) в натуральном выражение	Шт.	Эффективность использования трудовых ресурсов
	б) в стоимостном размере	тыс. руб.	Финансовое состояние организации

Оцените эффективность использования трудовых ресурсов, рациональность организации материального стимулирования, структуру доходов работников, степень их социальной защищенности. На основании проведенной оценки сделайте выводы.

Практические занятия к разделу 3

4.3.1 Формирование имиджа организации как работодателя

Задание 1 Охарактеризуйте основные составляющие имиджа персонала организации. Сделайте выводы.

Задание 2 Объясните соотношение понятий, представленных в таблице 5. Сформулируйте отличия понятий. Приведите примеры отличий.

Таблица 5 – Характеристика понятий, связанных с имиджем

Понятие	Характеристика понятия
Имидж организации	
Авторитет организации	
Образ организации	
Репутация организации	

Задание 3 Используя корпоративный сайт организации (по выбору) исследуйте основные составляющие имиджа организации:

- бизнес-имидж (деловая репутация, надежность, лояльность к партнерам, информационная открытость, деловая активность (объем продаж, относительная доля рынка, разнообразие товаров, гибкость ценовой политики и т.д.)
- социальный имидж (спонсорство, меценатство, поддержка общественных движений, участие в решении проблем экологии, занятости, здравоохранения и т.д., содействие конкретным лицам)
- имидж для госструктур (значимость продукции предприятия для региона, степень участи предприятия в региональных социальных программах, количество предоставляемых рабочих мест для жителей региона, открытость предприятия к неформальным контактам и др.)
- внутренний имидж предприятия (система подбора и обучения персонала, система отношений руководства и подчиненных, система оценки персонала на основании принятых на предприятии критериев, система вознаграждений, система социальных льгот, фирменный стиль предприятия); социально-психологический климат (настроения и мнение

коллектива, индивидуальное самочувствие и оценка условий работы личности в коллективе)

Сделайте выводы о имидже предприятия.

Задание 4 Диагностика имиджа организации как работодателя.

Выберите организацию для проведения исследования. Составьте перечень каналов получения информации о ней. Проведите анализ структуры ценностного предложения организации, отзывов о ней работников и соискателей, места организации в рейтингах работодателей. По возможности, проведите анкетирование нескольких работников и соискателей вакансий организации.

Сформулируйте выводы о сильных и слабых сторонах бренда организации как работодателя. Определите цели и приоритетные направления развития HR-бренда.

Задание 5 Используя результаты исследования, выполненного в задании 1 раздела 3 разработайте План мероприятий по формированию позитивного образа предприятия. Обоснуйте экономические и социальные последствия его реализации.

Задание 6 Составьте анкету из 10 вопросов для выявления имиджа работодателя с точки зрения соискателей.

Задание 7 Охарактеризуйте наиболее эффективные методы имиджелогии. Заполните таблицу 6.

Таблица 6 – Характеристика методов имиджелогии

Методы	Характеристика метода
Технология позиционирования	
Манипулирование	
Мифологизация	
Эмоционализация	
Вербализация	
Детализация	
Визуализация	

Приведите конкретные примеры из отечественной рекламы организаций применения инструментов манипулирования, визуализации, эмоционализации, вербализации.

Задание 8 Проведите анализ организаций (не менее 5 компаний) на предмет эффективности формирования ими своего имиджа.

Задание 9 Изучите сайты с рейтингами работодателей России, составленными по версиям HH.ru , РБК и Forbes (https://presscentr.rbc.ru/results, , https://www.forbes.ru/rating/482177-lucsie-rabotodateli-rossii-2024-rejting-forbes, https://rating.hh.ru/). Оцените место работодателя в отечественных и зарубежных рейтингах как показатель имиджа организации.

5 Оценивание обучающегося на зачете

Промежуточная аттестация производится на основе ответов на вопросы к зачету при условии выполнения всех заданий в семестре, предусмотренных фондом оценочных средств по дисциплине.

Вопросы к зачету для промежуточной аттестации

Примерные вопросы к зачету

1 Дайте определение понятия «маркетинг персонала» в узком и широком смыслах.

1 Объясните, роль и место маркетинга персонала в кадровом менеджменте.

3 Перечислите задачи маркетинга персонала.

4 Охарактеризуйте маркетинговые концепции в управлении персоналом.

5 Маркетинговая информация, ее виды и значение.

6 Имидж организации и его связь с маркетингом персонала.

7 Применение коммуникативной функции организации работодателя на рынке труда.

8 Роль маркетинга персонала в удовлетворенности трудом.

9 Маркетинговый подход к развитию кадрового потенциала организации.

10 Разработка плана маркетинга персонала.

11 Разработка профессиональных требований к персоналу.

12 Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю.

13 Позиционирование товара «рабочая сила».

14 Требования к работодателю со стороны разных целевых групп.

15 Место маркетинга персонала в организационной структуре службы управления персоналом.

16 Внутренний маркетинг персонала.

17 Сущность и структура показателя «расходы на персонал».

18 Функции маркетинга персонала.

19 Факторы, определяющие предложение рабочей силы.

20 Факторы, влияющие на спрос на рабочую силу.