

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.10 МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ УСЛУГ

Направление подготовки/специальность 38.04.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) / специализация Управление персоналом в организациях сферы услуг

Программа подготовки академическая

Форма обучения заочная

Квалификация (степень) выпускника магистр

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг персонала в сфере услуг» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом.

Программу составил:

Мукучан Р.Р. преподаватель кафедры экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента, к.э.н. 

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента
10 мая 2017 г., протокол № 8

Заведующая кафедрой Вукович Г.Г. 

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета от
23 июня 2017 г., протокол № 9

Председатель УМК факультета Дробышевская Л.Н. 

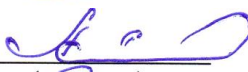
Эксперты:

Директор ООО «Север»



Ю.Ю. Некрасова

д-р экон. наук,
профессор ФГБОУ ВО КубГУ


(подпись)

А.А. Кизим

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов системных знаний по вопросам сущности маркетинга и технологии маркетинга персонала, организации деятельности службы персонала с учетом маркетингового подхода для подготовки специалиста – менеджера по персоналу, ориентирующегося в ситуации на рынке труда и умеющего использовать технологию маркетинга персонала в условиях конкретных организаций.

1.2 Задачи дисциплины

Задачи:

- изучить функции и технологии маркетинга персонала;
- изучить нормативно-правовые оснований маркетинга персонала в организации;
- получить практические навыки маркетинга персонала в организации и подготовке рекомендаций по совершенствованию системы управления персоналом экономического субъекта;
- развивать профессионально важные качества и способности будущего менеджера по персоналу.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг персонала в сфере услуг» относится обязательным дисциплинам вариативной части ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.03 «Управление персоналом».

Изучение дисциплины «Маркетинг персонала в сфере услуг» должно предшествовать изучению таких дисциплин профессионального цикла и дисциплин по выбору, как «Управление поведением персонала в организациях сферы услуг», «Антикризисное управление персоналом в сфере услуг».

Дисциплина "Маркетинг персонала в сфере услуг" позволяет эффективно формировать профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Знания, умения, навыки и компетенции, полученные студентами в результате освоения данной дисциплины, необходимы для освоения ряда других частей ООП: и др.

Предполагается, что по завершении курса студенты смогут читать современную экономическую литературу, писать рефераты и исследовательские работы по соответствующей курсу тематике.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций: ПК-23

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-23	умением проводить бенчмаркинг и другие процедуры для оценки вклада службы управления персоналом в достижение целей организации	технологию маркетинга персонала	разрабатывать предложения по совершенствованию системы управления персоналом	навыками оценки вклада службы управления персоналом в достижение целей организации

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОЗО).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)	
			3	4
Контактная работа, в том числе:				
Аудиторные занятия (всего):		20	4	16
Занятия лекционного типа		4	4	-
Лабораторные занятия		-		-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		16		16
		-	-	-
Иная контактная работа:				
Контроль самостоятельной работы (КСР)				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3		0,3
Самостоятельная работа, в том числе:				
Курсовая работа		-	-	-
Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к семинарским занятиям		30	10	20
Подготовка рефератов		42	22	20
Подготовка к текущему контролю		7		7
Контроль:				
Подготовка к экзамену		8,7		8,7
Общая трудоемкость	108	108	36	72
	20,3	20,3	4	16,3
	3	3	1	2

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 и 4 семестре

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Маркетинг персонала в сфере услуг: подходы к определению, принципы, уровни и виды	18	1	2	-	15
2.	Эволюция маркетинга персонала	19	1	2		16
3.	Функции маркетинга персонала	21	1	4		16
4.	Технология маркетинга персонала	21	1	4		16

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
5.	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга персонала	20		4		16
<i>Итого по дисциплине:</i>		99	4	16		79

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Маркетинг персонала в сфере услуг: подходы к определению, принципы, уровни и виды	Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний Маркетинг персонала в сфере услуг. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом	Устный опрос
2	Эволюция маркетинга персонала	Этапы развития маркетинга персонала. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала: Д. Белл; Г. Штрутц; Р. Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В. Фрелингом и К. Зитценшток. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова	Устный опрос
3	Функции маркетинга персонала	Традиционный И организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала. Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции	Устный опрос
4	Технология маркетинга	Определение качественной и количественной потребности в	Устный опрос

	персонала	персонале. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда. Анализ и поиск активных партнеров. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует данная организация.	
5	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга персонала	Разработка программы маркетинга персонала. Критерии и показатели эффективности маркетинга персонала в организации. Аналитический инструментарий деятельности менеджера по персоналу. Организация исследований на рынке труда.	Устный опрос

2.3.2 Практические занятия

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Маркетинг персонала в сфере услуг: подходы к определению, принципы, уровни и виды	1. Маркетинг: подходы к определению. 2. Принципы маркетинга персонала. 3. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. 4. Внешний и внутренний 5. Маркетинг персонала в сфере услуг. 6. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом	Рефераты (Р), контрольные вопросы
2	Эволюция маркетинга персонала	1. Этапы развития маркетинга персонала. 2. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом. 3. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала. 4. Российская теория маркетинга персонала.	Рефераты (Р), контрольные вопросы

3	Функции маркетинга персонала	1. Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала. 2. Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля. 3. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции. 4. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции. 5. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции	Рефераты (Р), контрольные вопросы
4	Технология маркетинга персонала	1. Определение качественной и количественной потребности в персонале. 2. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. 3. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. 4. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда. 5. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале. 6. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует данная организация.	Рефераты (Р), контрольные вопросы
5	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга персонала	1. Разработка программы маркетинга персонала. 2. Критерии и показатели эффективности маркетинга персонала в организации. 3. Аналитический инструментарий деятельности менеджера по персоналу. 4. Организация исследований на рынке труда.	Рефераты (Р), контрольные вопросы

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к семинарским занятиям	1. Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya 2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка рефератов	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г.
3	Подготовка к текущему контролю	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины лекции, практические занятия, консультации являются ведущими формами обучения в рамках лекционно-семинарской образовательной технологии.

Лекции излагаются в виде презентации с использованием мультимедийной аппаратуры. Данные материалы в электронной форме передаются студентам.

Основной целью практических занятий является разбор практических ситуаций. Дополнительной целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала. На практических занятиях также осуществляется проверка выполнения заданий.

При проведении практических занятий участники готовят и представляют (с использованием программы Power Point) сообщения по наиболее важным теоретическим

аспектам текущей темы, отвечают на вопросы преподавателя и других слушателей. В число видов работы, выполняемой слушателями самостоятельно, входят:

- 1) поиск и изучение литературы по рассматриваемой теме;
- 2) поиск и анализ научных статей, монографий по рассматриваемой теме;
- 3) подготовка реферативных обзоров.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения указанной дисциплины. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения (ролевая игра), технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Вышеозначенные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и компетентности обучаемого в аспекте социально-направленной позиции будущего специалиста, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Примерные темы рефератов (ПК-23)

1. Маркетинговая концепция управления персоналом.
2. Маркетинг персонала в государственных органах как вид управленческой деятельности.
3. Научные основы маркетинга персонала.
4. Технология маркетинга персонала.
5. Подсистема планирования и маркетинга персонала в управлении персоналом.
6. Функции маркетинга персонала.
7. Источники и пути покрытия потребности организации в персонале.

8. Методы прогнозирования потребности в персонале.
9. Маркетинговый подход к развитию кадрового потенциала организации.
10. Организация маркетинга персонала на предприятии.
11. Оценка эффективности деятельности организации – работодателя на рынке труда.
12. Тестирование персонал-маркетинга организации.
13. Изучение требований работников и кандидатов к рабочим местам.
14. Анализ конкурентов на рынке труда.
15. Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий для формирования кадровой политики организации.
16. Организационно-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий в системе управления персоналом организации.
17. Разработка плана маркетинга персонала.
18. Разработка программы кадрового аудита.
19. Разработка кадровой политики организации.
20. Разработка функциональной стратегии в системе управления персоналом.

Примерный перечень контрольных вопросов по отдельным темам дисциплины
(ПК-23)

ТЕМА 1. МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ УСЛУГ: ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ, ПРИНЦИПЫ, УРОВНИ И ВИДЫ

1. Маркетинг: подходы к определению.
2. Принципы маркетинга персонала.
3. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.
4. Внешний и внутренний
5. Маркетинг персонала в сфере услуг.
6. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом

ТЕМА 2. ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА

1. Этапы развития маркетинга персонала.
2. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом.
3. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала.
4. Российская теория маркетинга персонала.

ТЕМА 3. ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА

1. Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала.
2. Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля.
3. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции.
4. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции.
5. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции

ТЕМА 4. ТЕХНОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА

1. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
2. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
3. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.
4. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда.
5. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.

6. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует данная организация.

ТЕМА 5. АНАЛИТИЧЕСКОЕ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА

1. Разработка программы маркетинга персонала.
2. Критерии и показатели эффективности маркетинга персонала в организации.
3. Аналитический инструментарий деятельности менеджера по персоналу.
4. Организация исследований на рынке труда.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Примерные вопросы для экзамена по дисциплине (ПК-23).

1. Сущность маркетинга персонала.
2. Роль, значение, цели и условия для маркетинга на рынке труда.
3. Современные концепции маркетинга персонала.
4. Маркетинговое управление персоналом.
5. Функции макро- и микромаркетинга в сфере занятости.
6. Информационная функция маркетинга труда.
7. Коммуникативная функция маркетинга.
8. Ценовая функция маркетинга.
9. Планирование как функция маркетинга.
10. Прогнозирование и программирование как функции макромаркетинга рынка труда.
11. Конкурентоспособность товара «рабочая сила».
12. Жизненный цикл товара «рабочая сила».
13. Маркетинговые исследования рынка труда.
14. Кадровый аудит в маркетинге персонала.
15. Критерии сегментирования рыночного пространства.
16. Требования к персоналу и определение потребности в нем.
17. Позиционирование товара «рабочая сила».
18. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
19. Формы временного привлечения персонала.
20. Материальное стимулирование. «Золотой парашют».
21. Аутплейсмент или мягкое увольнение.
22. Имидж организации как работодателя. Внутренний маркетинг.
23. Управление маркетингом рабочей силы.
24. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02354-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452888>.

2. Маркетинг персонала : практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. - Ставрополь : СКФУ,

2016. - 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089>.

3. Арсеньев, Ю.Н. Управление персоналом: Технологии : учебное пособие / Ю.Н. Арсеньев, С.И. Шелобаев, Т.Ю. Давыдова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 192 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00842-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114558>.

5.2 Дополнительная литература:

1. Егоршин, А.П. Управление персоналом [Текст]: учебник для вузов/ А.П. Егоршин. – 5-е изд., доп. и перераб.– Н. Новгород: НИМБ, 2010. Рекомендован Мин-вом образования РФ

2. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов/ А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Экзамен», 2011.

3. Маренков, Н.Л. Управление персоналом организации [Текст]: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/ Н.Л. Маренков, Н.Н. Косаренко. – М.: Академические Проект; Трикта, 2008.

4. Маркетинг [Текст]: учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу/ Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова М.И., Гречков В.Ю. - М.: Юрист, 2009.

5. Экономика труда [Текст]/ под ред. Н.А. Горелова. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2009.

5.3. Периодические издания:

1. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»;
2. Журнал «Управление компанией»;
3. Журнал «Управление персоналом»;
4. Журнал «Менеджмент сегодня»;
5. Журнал «Эксперт»;
6. Журнал «Экономические стратегии»;
7. Журнал «Российский экономический журнал»;
8. Журнал «Экономика и управление»;
9. Журнал «Экономист».

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» www.grebennikon.ru

2. Проект «ПОЛПРЕД» www.polpred.com

3. Scopus - мультидисциплинарная реферативная база данных <http://www.scopus.com/>

4. Коллекция журналов издательства Elsevier на портале ScienceDirect <http://www.sciencedirect.com/>

5. Электронная библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/>

6. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» www.biblioclub.ru

7. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>

8. 11.Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>

9. Онлайн-служба полнотекстовых русскоязычных баз данных Информационного агентства «Интегрум-Техно» <http://www.integrum.com/>

10. EBSCO Publishing <http://search.ebscohost.com>

11. Информационные ресурсы Российской Библиотечной Ассоциации (РБА) <http://www.rba.ru/>

12. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия)
<http://uisrussia.msu.ru>
13. Электронная Библиотека Диссертаций <http://diss.rsl.ru/>
14. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда
15. (<http://www.oxfordrussia.com>) <http://lib.myilibrary.com/home.asp>
16. «Лекториум ТВ» - видеолекции ведущих лекторов. Доступ:
<http://www.lektorium.tv/>. Подробное описание проекта:
http://www.lektorium.tv/stuff/about_project/
17. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» <http://www.rucont.ru>
18. Каталог социологических ресурсов на сайте Центра социологического образования Института социологии РАН //
- <http://www.unn.ru/rus/f14/k2/courses/borisova/24.htm>
19. Обзор социологических ресурсов Интернета на сайте факультета социологии Санкт-Петербургского университета // <http://www.soc.pu.ru/links/socioweb>
20. Электронная библиотека социологического факультета МГУ //
- <http://lib.socio.msu.ru/l/library>
21. Лекции, статьи и учебники по теоретической социологии и истории социологии. Тексты классических произведений // <http://www.sociology.agava.ru/teor.htm>
22. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
23. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций. База информационных потребностей <http://infoneeds.kubsu.ru/>

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

Самостоятельная работа слушателей по дисциплине «Макроэкономика» проводится с целью закрепления и систематизации теоретических знаний, формирования практических навыков по их применению при решении экономических задач в выбранной предметной области. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовку к практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций), подготовка к тестированию и деловой игре.

Для подготовки к лекциям необходимо изучить основную и дополнительную литературу по заявленной теме и обратить внимание на те вопросы, которые предлагаются к рассмотрению в конце каждой темы.

При изучении основной и дополнительной литературы, студент может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции при выполнении следующих условий:

- 1) систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков;
- 2) добросовестное выполнение заданий преподавателя на практических занятиях;
- 3) выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности менеджера;
- 4) сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам; выявление неточностей и некорректного изложения материала в периодической и специальной литературе;
- 5) разработка предложений преподавателю в части доработки и совершенствования учебного курса.

В ходе самоподготовки к практическим занятиям студент осуществляет сбор и обработку материалов по тематике его исследования, используя при этом открытые источники информации (публикации в научных изданиях, аналитические материалы, ресурсы сети Интернет и т.п.), а также практический опыт и доступные материалы объекта исследования. Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на практических (семинарских) занятиях.

Подготовка реферата – закрепление теоретических основ и проверка знаний студентов по вопросам основ и практической организации научных исследований, умение подбирать, анализировать и обобщать материалы, раскрывающие связи между теорией и практикой. Подготовка презентации предполагает творческую активность слушателя, умение работать с литературой, владение методами анализа данных и компьютерными технологиями их реализации.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень необходимого программного обеспечения

При изучении дисциплины «Маркетинг персонала в сфере услуг» используется следующее программное обеспечение: Программа Excel, Power Point, Microsoft Office.

8.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

Обучающимся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, профессиональным справочным и поисковым системам:

Электронно-библиотечная система (ЭБС) BOOK.ru,

«Консультант студента» (www.studentlibrary.ru),

Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE",

Электронная библиотечная система "Юрайт",

справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>),

Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>).

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

Образовательный процесс на факультете проходит в учебных аудиториях. Помещения для проведения лекционных, практических и лабораторных занятий укомплектованы специализированной учебной мебелью и техническими средствами, служащими для предоставления учебной информации студентам. Преподаватели имеют рабочие места, обеспечивающее возможность консультативной работы со студентами. За факультетом закреплены помещения, обеспеченные необходимым оборудованием.

При проведении лекций, семинарских, практических и лабораторных занятий по ряду дисциплин, а также в процессе проведения деловых игр и деловых ситуаций используется соответствующее техническое обеспечение. В соответствии с учебным планом, ряд практических и лабораторных занятий проводится в компьютерных классах и специально оборудованных аудиториях.

Формирование материально-технической базы осуществляется в соответствии с возникающими потребностями в наращивании информационных ресурсов. Факультет имеет скоростной доступ к сети Интернет (10 Мбит/с), что дает возможность студентам и сотрудникам свободно пользоваться информационными сетями различного уровня.

Руководство факультета значительное внимание уделяет созданию современной материально-технической базы для обеспечения учебного процесса в соответствии с требованиями ФГОС-3+.

Парк компьютерной техники постоянно расширяется и модернизируется, осуществлен переход на новые версии программного обеспечения, по всем

направлениям подготовки бакалавров, специалистов и магистров. Имеются информационные базы данных.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office 2016). Ауд. 420Н, 401Н.
2.	Семинарские занятия	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office 2016). Ауд. 420Н, 401Н.
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Кафедра государственной политики и государственного управления (аудитория № 406н).
4.	Промежуточная аттестация	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office 2016). Ауд. 420Н, 401Н.
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета (библиотека КубГУ).

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу учебной дисциплины

Б1.В.10 «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ УСЛУГ» по направлению подготовки магистров «Управление персоналом» для категории обучающихся по направленности (профилю) «Управление персоналом в организациях сферы услуг» (заочной формы обучения), разработанного кафедрой

Экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента
ФГБОУ ВО «КубГУ»

Рабочая программа учебной дисциплины **«МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ УСЛУГ»** содержит цели и задачи изучения дисциплины, место дисциплины в структуре образовательной программы, перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ и по разделам дисциплины, содержание разделов дисциплины, перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, образовательные технологии, оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, перечень основной и дополнительной учебной литературы, перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины, методические указания для обучающихся, перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, характеристику материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Содержание рабочей программы учебной дисциплины соответствует ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом (уровень магистратуры), утвержденному Приказом Минобрнауки России от 08.04.2015 №367, ООП ВО, требованиям Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 5 апреля 2017 г. №301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры", учебному плану направления подготовки 38.04.03 «Управление персоналом».

Рабочая программа учебной дисциплины содержит методические материалы междисциплинарного и проблемно - деятельностного характера, обеспечивающие связь теории с практикой, критериев оценки с планируемыми результатами. Рабочая программа учебной дисциплины является полным и адекватным отображением требований ФГОС ВО и ООП, обеспечивает решение оценочной задачи соответствия общих и профессиональных компетенций выпускника этим требованиям.

Кроме этого в программе приводится оценочный материал в тестовой форме. Задания для домашней контрольной работы позволяет оценить навыки приобретенные студентами при изучении дисциплины.

Список литературы включает те источники, которые имеются у студентов и в библиотеке университета, а также даны полезные ссылки в Интернет.

Заключение: Рабочая программа учебной дисциплины соответствует всем предъявляемым требованиям и может быть рекомендована к утверждению в представленном виде.

Директор ООО «Север»



Ю.Ю. Некрасова

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу учебной дисциплины

Б1.В.10 «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ УСЛУГ» по направлению подготовки магистров «Управление персоналом» для категории обучающихся по направленности (профилю) «Управление персоналом в организациях сферы услуг» (заочной формы обучения), разработанного кафедрой

Экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента
ФГБОУ ВО «КубГУ»

Рабочая программа учебной дисциплины **«МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ УСЛУГ»** содержит цели и задачи изучения дисциплины, место дисциплины в структуре образовательной программы, перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ и по разделам дисциплины, содержание разделов дисциплины, перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, образовательные технологии, оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, перечень основной и дополнительной учебной литературы, перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины, методические указания для обучающихся, перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, характеристику материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Содержание рабочей программы учебной дисциплины соответствует ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом (уровень магистратуры), утвержденному Приказом Минобрнауки России от 08.04.2015 №367, ООП ВО, требованиям Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 5 апреля 2017 г. №301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры", учебному плану направления подготовки 38.04.03 «Управление персоналом».

Рабочая программа учебной дисциплины содержит методические материалы междисциплинарного и проблемно - деятельностного характера, обеспечивающие связь теории с практикой, критериев оценки с планируемыми результатами. Рабочая программа учебной дисциплины является полным и адекватным отображением требований ФГОС ВО и ООП, обеспечивает решение оценочной задачи соответствия общих и профессиональных компетенций выпускника этим требованиям.

Кроме этого в программе приводится оценочный материал в тестовой форме. Задания для домашней контрольной работы позволяет оценить навыки приобретенные студентами при изучении дисциплины.

Список литературы включает те источники, которые имеются у студентов и в библиотеке университета, а также даны полезные ссылки в Интернет.

Заключение: Рабочая программа учебной дисциплины соответствует всем предъявляемым требованиям и может быть рекомендована к утверждению в представленном виде.

д-р экон. наук,
профессор ФГБОУ ВО КубГУ



(подпись)

А.А. Кизим