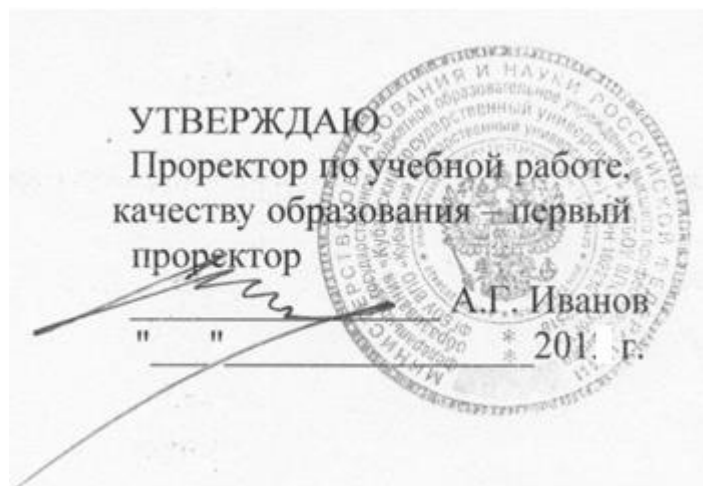


Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет ЭКОНОМИЧЕСКИЙ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.09.02 МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

Направление подготовки/специальность 38.03.02– Менеджмент

Направленность (профиль) *Управление человеческими ресурсами*

Программа подготовки *прикладной бакалавриат*

Форма обучения *заочная*

Квалификация (степень) выпускника *бакалавр*

Краснодар 2014

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг персонала» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Программу составил:

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

Утверждена на заседании кафедры протокол № 4 от 25.02.14 от
Заведующий кафедрой:

доктор эконом. наук, профессор,
заведующий каф. Экономики предприятия,
регионального и кадрового менеджмента
ФГБОУ ВО «КубГУ



Г. Г. Вукович

Рабочая программа утверждена на заседании учебно-методической комиссии
экономического факультета от 23.04.2014, протокол № 4
Председатель УМК:



доктор экономических наук, профессор,

Дробышевская Л.Н.

Рецензенты:

1. Козлов Р.Ю., директор «ММС-Юг»
2. Дедкова И.Ф., канд. экон. наук, доцент кафедры Экономики предприятия, кадрового и регионального менеджмента

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины формирование у обучающихся 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:

- изучение современных маркетинговых технологий в управлении персоналом.
- формирование умений проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникаций;
- формирование навыков использования различных способов разрешения конфликтных ситуаций.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

"Маркетинг персонала" является дисциплиной по выбору ФГОС ВО бакалавриата (Б1.В.ДВ.09.02) по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент", направленность (профиль) Управление человеческими ресурсами. Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

Рабочая программа дисциплины "Маркетинг персонала" предназначена для студентов четвертого курса экономического факультета и соответствует компетентностному подходу в образовании.

Для освоения дисциплины "Маркетинг персонала" студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: "Деловые коммуникации", "Корпоративная социальная ответственность", "Методы принятия управленческих решений", "Теория организации", "Организационное поведение", "Организационная культура".

Дисциплина "Маркетинг персонала" 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-2.

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-2	владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании	современные технологии управления персоналом	проектировать межличностные, групповые и организационны е коммуникаций	различными способами разрешения конфликтных ситуаций

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде			

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 3ФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			7	8		
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		14	4	10		
Занятия лекционного типа		4	4	-	-	-
Лабораторные занятия		-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		10		10	-	-
		-	-	-	-	-
Иная контактная работа:						
КРП		0,2		0,2		
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		20	20		-	-
Подготовка рефератов		48	48	-	-	-
Подготовка к текущему контролю		16,8		16,8	-	-
Контроль:						
Подготовка к экзамену		8,7		8,7		
Общая трудоемкость	час.	108	72	36	-	-
	в том числе контактная работа	14,5	4	10,5		
	зач. ед	3	2	1		

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 7,8 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: подходы к определению, принципы, уровни и виды	14	2		-	12
2.	Эволюция маркетинга персонала	14	2			12

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
3.	Функции маркетинга персонала	14		2		12
4.	Технология маркетинга персонала	14		2		12
5.	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга персонала	14		2		12
6.	Влияние на организацию социальной политики государства	14		2		12
7.	Создание благоприятных условий для труда, быта и досуга работников, повышение качества их трудовой жизни	14,8		2		12,8
<i>Итого по дисциплине:</i>		98,8	4	10		84,7

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: 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. 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	Устный опрос

		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	
4	Технология маркетинга персонала	Определение качественной и количественной потребности в персонале. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. 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.	Устный опрос
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
6	Влияние на организацию социальной политики государства	Система социального партнерства за рубежом и ее основные модели. Организация управления социальным развитием на предприятиях в условиях различных форм собственности. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях России. Духовно-	Устный опрос

		нравственные и социокультурные ценности общества и их связь с социальной работой	
7	Создание благоприятных условий для труда, быта и досуга работников, повышение качества их трудовой жизни	Эффективность управления социальными процессами на предприятиях Европы. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях Америки. Влияние гендерных факторов на мотивацию персонала. Влияние гендерных факторов на поведение человека в организации. Влияние организационной культуры на социальную политику коммерческой организации. Влияние организационной культуры на социальную политику ВУЗа. Влияние организационной культуры на социальную политику государственного предприятия. Влияние гендерных факторов на социальную политику современной организации	Устный опрос

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Маркетинг персонала: 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. 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.	Рефераты (Р), контрольные вопросы

		4. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции. 5. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции	
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
6	Влияние на организацию социальной политики государства	1. Система социального партнерства за рубежом и ее основные модели. 2. Организация управления социальным развитием на предприятиях в условиях различных форм собственности. 3. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях России. 4. Духовно-нравственные и социокультурные ценности общества и их связь с социальной работой.	Рефераты (Р), контрольные вопросы
7	Создание благоприятных условий для труда, быта и досуга работников,	1. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях Европы. 2. Эффективность управления социальными процессами на	Рефераты (Р), контрольные вопросы

	повышение качества их трудовой жизни	предприятиях Америки. 3. Влияние гендерных факторов на мотивацию персонала. 4. Влияние гендерных факторов на поведение человека в организации. 5. Влияние организационной культуры на социальную политику коммерческой организации.	
--	--------------------------------------	--	--

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия - не предусмотрены.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Написание и защита курсовых работ по дисциплине – не предусмотрены.

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 (презентаций) (ПК-2)

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 и заданий по отдельным темам дисциплины (ПК-2)

ТЕМА 1. МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА: 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.
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.

ТЕМА 6. ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА.

1. Система социального партнерства за рубежом и ее основные модели.

2. Организация управления социальным развитием на предприятиях в условиях различных форм собственности.

3. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях России.

4. Духовно-нравственные и социокультурные ценности общества и их связь с социальной работой.

ТЕМА 7. СОЗДАНИЕ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ ТРУДА, БЫТА И ДОСУГА РАБОТНИКОВ, ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ИХ ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ.

1. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях Европы.

2. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях Америки.

3. Влияние гендерных факторов на мотивацию персонала.

4. Влияние гендерных факторов на поведение человека в организации.

5. Влияние организационной культуры на социальную политику коммерческой организации.

Примерный перечень тематик контрольных работ по дисциплине (ПК-2)

Цель написания контрольной работы – углубленное изучение теоретических вопросов в области социального управления персоналом организацией.

Контрольная работа состоит из ответа на один теоретический вопрос и обоснования своей точки зрения по проблемному вопросу.

Работа должна быть представлена на рецензирование в печатном виде. Текст должен быть написан на одной стороне листа с интервалом 1,5 пт и шрифтом 14. Поля: слева страницы – 30 мм, справа – 10 мм, сверху и снизу – 20 мм. Бумага используется формата А4 (210х297мм). Нумерация страниц начинается с титульного листа.

Ответ на теоретический вопрос должен быть полным (содержать не менее 10-15 листов), конкретным и четким. Текст можно иллюстрировать рисунками, схемами, таблицами, формулами и др. материалом.

Вторая часть контрольной работы посвящена обсуждению приведенного утверждения (обоснование точки зрения). Ответ может быть положительным – «Верно» или отрицательным – «Неверно». Если, утверждение, по мнению студента, является верным, то необходимо раскрыть этот тезис. В противном случае необходимо кратко аргументировать, в чем заключается ошибочность (некорректность) данного утверждения.

В конце контрольной работы приводится список использованной литературы.

Работа должна быть выполнена аккуратно и разборчиво.

Оценивается контрольная работа по принципу «зачтено» - «не зачтено».

Если работа не зачтена, ее следует доработать в соответствии с замечаниями рецензента и сдать ее повторно.

Выбор конкретных заданий осуществляется на основе следующей таблицы в зависимости от начальной буквы фамилии студента:

Начальная буква фамилии	А Ц	Б Ш	В	Г Щ	Д Э	Е	Ж Я	З ,	К Л	М Н	О П	Р С	Т	Ф	И	Ч	Ю	У	Х
Номер теоретического вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Номер утверждения	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Теоретические вопросы:

1. Гуманизация труда как основа управления социальным развитием персонала организации.

2. Компоненты социальной среды организации.

3. Социальная ответственность современной организации.

4. Отечественный опыт социального управления.

5. Зарубежный опыт социального управления.

6. Качество трудовой жизни и удовлетворенность трудом.

7. Социальная политика государства и ее влияние на организацию.

8. Система социальной защиты населения.

9. Система социального партнерства.

10. Коллективный договор: сущность, функции, структура.

11. Основные задачи и направления социальной политики организации.

12. Условия и охрана труда как фактор социального развития организации.

13. Социально-психологический климат как фактор социальной среды организации.

14. Социальная защита работников как фактор социального развития.

15. Материальное вознаграждение и оплата труда как фактор повышения качества трудовой жизни работников.

16. Социальная инфраструктура как фактор социальной среды организации.

17. Социальная служба организации: функции, задачи, структура.

18. Сущность социального планирования в организации.

19. Оценка уровня социального развития организации.

Обоснование точки зрения:

1. Существует определенная взаимосвязь экономических результатов и социального развития организации.

2. Благотворительная и спонсорская деятельность организации в области поддержки здравоохранения, культуры, образования, физической культуры и спорта является средством осуществления ее социальной политики.
3. Тот факт, что в большинстве российских профсоюзов состоят не только работники, но и работодатели усиливает роль профсоюзов на предприятиях.
4. Внимание к социальным программам со стороны организации приносит не только социальный, но и бизнес эффект.
5. «Социальное партнерство» и «социальная ответственность бизнеса» являются однополярными, взаимозаменяемыми понятиями.
6. Социальное партнерство в области условий труда выгодно как для наемного работника, так и для работодателя.
7. Социальная ответственность бизнеса в целом сводится только к проведению благотворительных акций со стороны организации.
8. Социально ответственное предприятие характеризует, прежде всего, этическое поведение.
9. У бизнеса одна цель и ответственность – извлечение прибыли в интересах собственников в рамках законодательства, установленного обществом.
10. Социальная политика организации – это инструмент для привлечения, удержания и развития работников.
11. Забота о социальном обслуживании работников и их семей является важнейшим требованием управления социальным развитием организации.
12. Одной из основных задач организации является обеспечение соответствия индивидуальной заработной платы работника и конечных результатов деятельности предприятия.
13. Одной из главных преград, мешающих эффективному социальному партнерству в России, является слабое развитие его организационных форм.
14. Мероприятия, направленные на социальное развитие организации, оказывают прямое влияние на все факторы потенциала организации
15. Бизнес не может и не должен подменять государство в социальной сфере.
16. Составление социального отчета - инструмент совершенствования планирования, управления и оценки деятельности компании.
17. В современных экономических условиях отношение промышленных предприятий к принадлежащим им объектам социальной инфраструктуры определяется фактором их экономической эффективности
18. Составление социального нефинансового отчета есть элемент внутреннего PR организации.
19. Сильная, положительная организационная культура является одним из факторов повышения качества трудовой жизни работников.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Примерные вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине (ПК-2)

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>.

5.2 Дополнительная литература:

1. 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>.

5.3. 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 «Менеджмент и управление»;
9. Журнал «Экономист».

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

1. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников»
www.grebennikov.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. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
9. Онлайновая 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
<http://www.oxfordrussia.com>
15. <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 «Маркетинг персонала» 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» используется следующее программное обеспечение: Программа Microsoft Windows 8.10., Microsoft Office Professional Plus

8.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

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

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>

ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/>

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

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО) Microsoft Office.
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н, оснащенное презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office), а также аудитории А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А.
3.	Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом	Лаборатория 201Н, 202Н, 203Н, А203Н, 205А, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет.
4.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория 224
5.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5043Л, 5045Л, 5046Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office).
6.	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.