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

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор
_____Иванов А.Г.
подпись
«01» июля 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.09 МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ

Направление подготовки/специальность **38.04.03 Управление персоналом**

Направленность (профиль) / специализация **Управление персоналом в системе государственной службы**

Программа подготовки **академическая**

Форма обучения **заочная**

Квалификация (степень) выпускника **магистр**

Краснодар 2016

1. **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинг персонала в системе государственной службы**

1.1. Целью изучения дисциплины «Маркетинг персонала в системе государственной службы» является формирование у студентов системных знаний по вопросам сущности 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.

Задачи дисциплины:

— 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

1.2. ***Место дисциплины в структуре ООП:***

Код УЦ ООП – Б1.В.09

***Коды формируемых компетенций* – ПК-23.**

Дисциплина «**Маркетинг персонала в системе государственной службы**» относится к вариативной части. Данная дисциплина является одной из дисциплин, призванных сформировать теоретико-методологический инструментарий магистра по направлению подготовки 38.04.03 «Управление персоналом».

Курс опирается на общеэкономические и методологические дисциплины – «Экономический анализ», «Экономика труда», «Экономика предприятий».

Дисциплина «Маркетинг персонала в системе государственной службы» в свою очередь, дает знания и умения, которые являются необходимыми для освоения следующих дисциплин: «Оценка экономической и социальной эффективности совершенствования управления персоналом в организациях сферы услуг», «Аудит персонала».

1.3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: **профессиональных (ПК-23):**

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее 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	Знает методы оценки деятельности службы управления персоналом: бенчмаркинг, метод экспертных оценок, регрессионный анализ, метод управления по целям, система сбалансирован-	Умеет проводить анализ и оценку деятельности службы управления персоналом, применять методы бенчмаркинга, экспертных оценок, регрессионного ана-	Владеет навыками разработки модели исследования вклада службы управления персоналом в достижение целей организации на основе методов бенчмаркинга, экспертных оценок, регрессионного анализа,

			ных показателей и др., порядок анализа и оценки деятельности службы управления персоналом, модели, методы и показатели оценки ее эффективности	лиза, управления по целям, системы сбалансированных показателей и др.	управления по целям, системы сбалансированных показателей и др., навыков формирования методики и показателей оценки эффективности службы управления персоналом

2. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

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

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)
			11
Контактная работа, в том числе:		**20,3**	**20,3**
Аудиторные занятия (всего):		**20**	**20**
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:		**79**	**79**
Курсовая работа		-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		20	20
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций, письменного домашнего задания, тестов)		20	20
Реферат, доклад		20	20
Подготовка к текущему контролю		19	19
Контроль:		**8,7**	**8,7**
Подготовка к экзамену		8,7	8,7
Общая трудоемкость	**час.**	**108**	**108**
	в том числе контактная работа	**20,3**	**20,3**
	зач. ед	**3**	**3**

2.2. Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины (для студентов ЗФО):

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Количество, часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Маркетинг персонала в системе государственной службы: подходы к определению, принципы, уровни и виды	19,5	0,5	4	-	15
2	Эволюция маркетинга персонала	19,5	0,5	4	-	15
3	Функции маркетинга персонала	20	1	4	-	15

4	Технология маркетинга персонала	**18**	**1**	**2**	**-**	**15**
5	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга персонала	**22**	**1**	**2**	**-**	**19**
Итого:			**4**	**16**		**79**

2.3 Содержание разделов дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Маркетинг персонала в системе государственной службы: 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 системе государственной службы. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом	Реферат, эссе, инд.задание, контрольные вопросы
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. Фрелинхом и К. Зитценшток. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова.	Реферат, эссе, инд.задание, контрольные вопросы
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	Реферат, эссе, инд.задание, контрольные вопросы
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 партне-	Реферат, эссе, инд.задание, контрольные вопросы

		ров. 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.	Реферат, эссе, инд.задание, контрольные вопросы

2.3.2 Занятия семинарского типа

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Маркетинг персонала в системе государственной службы: 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 системе государственной службы. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом	Реферат, эссе, инд.задание, контрольные вопросы
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. Фрелинхом и К. Зитценшток. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова.	Реферат, эссе, инд.задание, контрольные вопросы
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	Реферат, эссе, инд.задание, контрольные вопросы
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 сег-	Реферат, эссе, инд.задание, контрольные вопросы

		ментов 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.	Реферат, эссе, инд.задание, 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

№ п/п	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 практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций), подготовка к тестированию и выполнению письменного домашнего задания.	Ресурсы (в т.ч. электронные) библиотеки КубГУ : Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. - М. : Юрайт, 2018.
		Основы маркетинга [Текст] = Principles of marketing / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс ; [пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид ; под ред. А. В. Назаренко]. - 5-е европейское изд. - Москва [и др.] : Вильямс, 2018. - 751 с. : ил. - Библиогр. в примеч. в конце гл. - ISBN 978-5-8459-2072-0. - ISBN 978-0-2737-1156-8.
		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
		Практикум по управленческому учету и контроллингу : учебное пособие для студентов / Ивашкевич, Виталий Борисович ; В. Б. Ивашкевич. - 2-е изд. - Москва : Финансы и статистика, 2014.
		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 Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-

		ukazaniya
		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) небольшие 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; 4) подготовка презентации.

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: при реализации различных видов учебной работы (лекций и практических занятий) используются следующие образовательные технологии: дискуссии, презентации, конференции. В сочетании с внеаудиторной работой они создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участников. Эти методы способствуют личностно-ориентированному подходу.

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 гра-

мотности 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-23)

1. Маркетинговая концепция управления персоналом.
2. Маркетинг персонала в системе государственной службы 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.

Темы статей и докладов для участия в научных конференциях

1. Кадровый потенциал организации.
2. Проблема безработицы и открытых вакансий на рынке труда.
3. Взаимодействие организации работодателя с отраслевым рынком труда.
4. Статистика о состоянии рынка труда.
5. Развитие кадрового потенциала территории (на примере Программы развития производительных сил Свердловской области до 2015 года).
6. Аналитические инструменты маркетинга персонала.
7. Организация деятельности службы управления персоналом по реализации маркетинговых функций.

Варианты письменных домашних заданий (ПК-23)

По дисциплине «Маркетинг персонала в системе государственной службы» студенты могут выполнять письменное домашнее задание. Письменное домашнее задание предусматривает закрепление теоретических знаний, полученных студентом во время занятий по данной дисциплине. Ее назначение – углубить знания студентов по отдельным вопросам исследования деятельности персонала и функционирования системы управления персоналом современной организации, выявить умение применять свои знания в работе с конкретными материалами организации.

Варианты письменных домашних заданий

№ 1. «Основные категории маркетинга персонала»

1. Найти определения понятия «Маркетинг персонала в системе государственной службы» у различных авторов и заполнить таблицу по форме:

Определение	Источник (автор, название, выходные данные, стр.; адрес электронного ресурса)

2. Найти определения понятия «рынок труда», «рынок рабочей силы», «рынок трудовых ресурсов» у различных авторов и заполнить таблицу по форме:

Определение	Источник (автор, название, выходные данные, стр.; адрес электронного ресурса)

3. Найти положение о службе управление персоналом (типовое и действующих организаций), должностную инструкцию менеджера по персоналу и проанализировать их на наличие в содержание маркетинговых функций.

4. Составить аннотированный список источников информации по учебному курсу «Маркетинг персонала в системе государственной службы» по форме: а) список литературы (см. оформление «Менеджмент: письменные работы» Н.И. Чураковой»);
б) список электронных ресурсов:

Адрес ресурса	Название ресурса (материалов)

№ 2. «Научный подход к маркетингу персонала»

Подобрать и законспектировать информацию по теориям маркетинга персонала по схеме (автор, время разработки теории, страна, основные идеи, возможности применения):

6. А.Я Кибанова и И.Б. Дураковой;

7. Д. Белла;
8. Г. Штрутца;
9. Р. Бюннера;
10. Д. Эскадштейна и Ф. Шнеллингера;
11. В. Фрелинхома и К. Зитценштока.

Подготовиться к выступлению с презентацией. Задание групповое.

№ 3. «Состояние и перспективы развития кадрового потенциала России и региона (по отраслям)»

Найти информацию по состоянию и прогнозам развития кадрового потенциала в России в целом и по отраслям.

Ознакомиться с Программой развития и размещения производительных сил Свердловской области на период до 2015 года. Подготовить и представить материалы по состоянию (анализ) и развитию (прогноз) кадрового потенциала Северного, Южного, Западного, Восточного округа.

№ 4. «Источники и пути покрытия потребности в персонале»

1. Перечислите возможные активные и пассивные пути покрытия потребности в персонале. Представить информацию в таблице:

Активные пути покрытия потребности в персонале	Пассивные пути покрытия потребности в персонале

2. По характеру источника покрытия потребности в персонале перечислить возможные управленческие решения по использованию источника и последовательность реализации каждого из них. Представить информацию в таблице:

Характер источника (внешние, внутренние)	Управленческое решение	Последовательность действий

№ 5. «Организация деятельности службы персонала и ее подразделений, менеджера по персоналу»

1. Составить профессиограмму менеджера по персоналу по схеме:

Раздел	Содержание раздела
Профессия	
Процесс труда	
Санитарно-гигиенические условия труда	
Психофизиологические требования профессии к работнику	
Профессиональные знания и навыки	
Требования к подготовке и повышению квалификации	

2. Разработать описание работы по методике Роджера на должность менеджера по персоналу по схеме:

Наименование элементов описания	Характеристики элементов описания
1. Окружающая среда	
2. Краткое описание работы	
3. Содержание работы	
4. Условия труда	
5. Рабочие стандарты	
6. Прочая информация	

3. Разработать личностную спецификацию менеджера по персоналу, пользуясь структурой спецификации Роджера или Дж. М. Фразера (по выбору) в предложенной схеме. Какие

еще компоненты личностной спецификации необходимо ввести дополнительно для более полного раскрытия личностно-деловых характеристик, которыми должен владеть менеджер для ее выполнения?

Компоненты личностной спецификации	Описание для работы в качестве менеджера по персоналу
«Семь пунктов Роджера»	
1. Физическое состояние (внешний вид). 2. Достижения (уровень образования). 3. Общие интеллектуальные (умственные) способности. 4. Особые способност и и умения 5. Интересы. 6. Эмоциональный портрет (или эмоциональный баланс). 7. Обстоятельства (условия работы).	
«Пятиаспектный план Джона М. Фразера»	
1. Способность влиять на других. 2. Квалификация и приобретенные знания. 3. Врожденные способности. 4. Мотивация. 5. Способность к адаптации.	

№ 6. «Информационное и правовое, документационное обеспечение маркетинга персонала»

1. Проведя анализ должностных инструкций менеджера по персоналу, определить направленность и объем информационных потребностей специалиста.
2. Изучить программное обеспечение управления персоналом с позиции маркетинга персонала и дать ему характеристику по схеме:

Название программного обеспечения	Описание	Системные требования

3. Составить перечень информационных блоков, необходимых для составления базы данных по кандидатам. Разработать форму резюме.
4. Составить перечень информационных блоков, необходимых для составления базы данных по работникам. Разработать форму анкеты работника.
5. Дать перечень и характеристику групп нормативно-методических документов системы управления персоналом по схеме:

Характеристики документов	Группы документов		
	Нормативно-справочные документы	Документы организационного, распорядительного и методического характера	Документы технического, технико-экономического и экономического характера
1. Содержание документов			
2. Примеры норм, нормативов и документов			
3. Наименование документов			

6. Составить перечень и дать характеристику нормативно-правовым документам федерального и регионального уровня, регламентирующих деятельность предприятия в сфере управления персоналом.

7. Составить схему документооборота специалиста по персонал-маркетингу.

№ 7. «Тестирование персонал-маркетинга конкретной организации»

1. Установите источники маркетинговой информации, которые можно использовать в данной организации в области управления персоналом:

Юридическое наименование организации:
Отрасль, в которой действует организация:
Источники маркетинговой информации:

2. Установите перспективную потребность в персонале (количество и структура потребности).
3. Определите, с помощью каких внутренних и внешних источников будет удовлетворена потребность в персонале в ближайшие 3 года.
4. Какие методы найма и подготовки персонала необходимо задействовать в организации?
5. Какова цена на рабочую силу и затраты на наем работников?
6. Каковы затраты на подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала, нанятых по каналам внешнего и внутреннего найма?
7. Для оценки относительного количества рабочих, положительно оценивших рабочее место, используют «коэффициент сбывшихся надежд» (отношение числа лиц, положительно оценивших новое место работы в свете реализации своих интересов, к общей численности принятых в организацию). Исследуйте ситуацию в организации (по выбору) и рассчитайте этот коэффициент.

Тематика эссе и критерии оценки (ПК-23)

Используя различные источники информации и собственные суждения, написать эссе с незаконченного предложения (по выбору). Задание сдается персонально.

1. *«Маркетинг персонала в системе государственной службы позволяет организации …»*
2. *«В службе персонала в должностные инструкции специалистов должны быть введены функции маркетинга персонала для …»*
3. *«Применение маркетинга персонала в деятельности менеджера по персоналу необходимо для …»*
4. *«Я – кандидат на рабочее место …»*

Критерии оценки эссе (за каждый критерий – 10 баллов):

Критерии оценки	Баллы									
1. Показана, доказана и обоснована личная оценка заданной темы автором	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Приведена четкая аргументация										
3. Информированность: в доказательствах используются современные данные, приводятся точки зрения по данному вопросу										
4. Соблюдение формата эссе: работа содержит не более 300 слов, автор сразу перешел к конкретным предложениям без употребления общих выражений и вводных слов										
5. Просматривается оригинальность взгляда на проблему										
6. Используются юмор, «крылатые выражения», афоризмы, неологизмы, диалектные, устаревшие и заимствованные слова										
7. Использована богатая лексика и фразеология										
8. Работа написана без орфографических, синтаксических и пунктуационных ошибок										

Перевод баллов:
70-80 баллов – «отлично»;
50-69 баллов – «хорошо»;
40-49 баллов – «удовлетворительно»;
менее 39 баллов – «неудовлетворительно».

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации. Вопросы для экзамена по дисциплине (ПК-23).

1. Маркетинг персонала как система: содержание, цели, особенности, задачи.
2. Принципы и философия маркетинга персонала.
3. Направления маркетинговой деятельности в сфере управления персоналом организации.
4. Функции маркетинга персонала.
5. Направления реализации функции маркетинга персонала по формированию трудового потенциала организации.
6. Содержание коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда.
7. Маркетинговые исследования рынка труда.
8. Внешние и внутренние факторы, влияющие на персонал-маркетинг.
9. Влияние организационной культуры на формирование и функционирование персонал-маркетинга.
10. Роль и место персонал-маркетинга в управлении наймом персонала.
11. Роль и функции маркетинга персонала в кадровой политике организации.
12. Маркетинг персонала как элемент кадровой политики персонала.
13. Стратегический и тактический инструментарий маркетинга персонала организации.
14. Определение потребности в персонале. Текущая и долговременная потребность в персонале.
15. Планирование потребностей организации в персонале.
16. Цели, задачи, направления кадрового планирования.
17. Количественные методы определения потребностей в персонале.
18. Качественные методы определения потребностей в персонале
19. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.
20. Разработка профессиональных требований к персоналу.
21. Требования к должности и определение стандарта кандидата.
22. Должностные инструкции. Основные требования к их разработке.
23. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала.
24. Планирование затрат на персонал в рамках системы внутрифирменного планирования.
25. Анализ внутренней и внешней среды организации и формирования спроса на различные категории персонала с учетом организационной культуры и философии организации.
26. Внутрифирменные факторы влияния на затраты на персонал.
27. Механизмы управления расходами на персонал организации.
28. Методы планирования производительности труда персонала организации.
29. Сущность маркетинговой работы по выбору путей покрытия потребности в персонале.
30. Внешние источники покрытия потребности в персонале и их характеристика.
31. Конкурентоспособность на рынке труда: понятие и основные параметры. Спрос и предложение на рынке труда.
32. Сегментирование внешнего рынка труда.
33. Аутстафинг и аутсорсинг, их роль в обеспечении персоналом организаций.
34. Внутренние источники покрытия потребности в персонале и их характеристика.

35. Методы покрытия потребности в персонале из внутренних источников.
36. Профессиональное развитие персонала и его влияние на обеспечение организации работниками.
37. Принципы и особенности формирования кадрового резерва.
38. Преимущества и недостатки внешних и внутренних источников покрытия потребности в персонале.
39. Задачи менеджера при комплектовании кадров.
40. Реклама и ее роль в осуществлении кадрового маркетинга.
41. Связь с общественностью в системе кадрового маркетинга.
42. PR – технологии и их применение в маркетинге персонала.
43. Профессиональный отбор персонала: цели, задачи, направления.
44. Организация отбора претендентов на вакантную должность.
45. Совмещение профессий. Ротация кадров.
46. Преимущества и недостатки обучения работников или найма новых в процессе обеспечения компании квалифицированными сотрудниками.
47. Различия календарного, номинального и полезного фонда рабочего времени.
48. Западный опыт и возможности его применения в маркетинге персонала.
49. Роль прогнозирования в маркетинге персонала.
50. Лизинг персонала как источник покрытия потребности.
51. Оценка эффективности управления персонал-маркетингом.
52. Оценка работы служб управления персоналом.
53. Методы оценки управленческих кадров предприятия: особенности, цели, задачи.
54. Роль и место аудита в маркетинге персонала.
55. Роль рынка труда в формировании кадрового потенциала организации.

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

5.1 Основная литература

1. Оценка персонала в организации [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.01 "Экономика" (квалификация (степень) "магистр") / А. М. Асалиев, Г. Г. Вукович, О. Г. Кириллова, Е. А. Косарева ; Рос. эконом. ун-т им. Г. В. Плеханова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 170 с. - (Высшее образование. Магистратура). - Библиогр.: с. 161-163. - ISBN 978-5-16-012634-0. - ISBN 978-5-16-102397-6 ;
2. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2017. - 252 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142.;
3. Патласов, Олег Юрьевич. Маркетинг персонала [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Управление персоналом" (квалификация (степень) "бакалавр") / О. Ю. Патласов. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 383 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 381-383. - ISBN 9785394023545 ;
4. Костецкий, Андрей Николаевич (КубГУ). Маркетинг**:** ключевые темы [Текст] : учебное пособие / А. Н. Костецкий ; М-во образования Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - [2-е изд., доп. и перераб.]. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2016. - 193 с. - Библиогр.: с. 189-190. - ISBN 978-5-8209-1295-5 ;
5. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг [Текст] : практикум : учебное пособие для студентов вузов / под ред. Т. Д. Бурменко. - Москва : КНОРУС, 2016. - 422 с. - Библиогр. в конце тем. - ISBN 9785406047729 ;

5.2 Дополнительная литература:

1 Голубков, Евгений Петрович. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Текст] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Е. П. Голубков ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - Москва

: Юрайт, 2016. - 474 с. : ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-3749-7;

2 Самраилова, Е. К. Анализ эффективности использования персонала в организации [Электронный ресурс] : учебное пособие-практикум / Е.К. Самраилова, С.А. Шапиро, А.Б. Вешкурова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 210 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=428382&sr=1

3 Бакирова, Г.Х. Психология эффективного стратегического управления персоналом : учебное пособие / Г.Х. Бакирова. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 591 с. - (Magister). - ISBN 978-5-238-01437-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118124.

4 Шуванов, В.И. Социальная психология управления : учебник / В.И. Шуванов. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01629-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118145.

5 Рюмшина, Л.И. Диагностика манипулятивного стиля руководства : учебное пособие / Л.И. Рюмшина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 42 с. - Библиогр. в кн. ISBN 978-5-4475-8878-6; То же [Электронный ресурс]. -URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456090.

5.3 Периодические издания:

1. Журнал «Экономика: теория и практика»
2. Журнал «Региональная экономика: теория и практика»
3. Журнал «Экономический анализ: теория и практика»
4. Журнал «Экономическая наука современной России»

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

1. URL:http://www.iacenter.ru – Официальный сайт Межведомственного аналитического центра.
2. RL: http://www.depprom. krasnodar.ru –Официальный сайт Департамента промышленности Администрации Краснодарского края.
3. URL: http://www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.
4. URL: http://www.krsdstat.ru – официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю.
5. URL: http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=4118&lang=1 – Официальныйсайт UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development).
6. URL: http://economy.krasnodar.ru – официальный сайт Департамента экономического развития Администрации Краснодарского края.
7. URL:http://www.economy.gov.ru – официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации.
8. URL:http://expert.ru/ - Официальный сайт журнала «Эксперт» и Рейтингового агентства «Эксперт».
9. Transparency International [Electronic resource]: [site]/ Transparency Int. – Berlin, Germany,2012. – Mode of access: http://transparency.org/
10. The Word Bank [Electronic resource]: [site]/ The Word Bank Group. – Washington, USA, 2012. – Mode of access: http://econ.worldbank.org/

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

Самостоятельная работа направлена на закрепление материала лекции, стимуляцию познавательной активности студентов, формирование устойчивой мотивации на освоение программы курса и саморазвитие в избранной профессиональной деятельности.

Она предполагает не только самостоятельное изучение рекомендованной литературы, но и творческий поиск информации, используя для этого все имеющиеся ресурсы. Основная цель – получение знаний о деятельности конкретных организаций и предприятий в сфере управления.

Самостоятельную работу для дополнительного (углубленного) освоения учебной дисциплины целесообразно осуществлять непосредственно перед проведением практического занятия по соответствующей теме.

Самостоятельную проработку дополнительных источников по изучаемому разделу (теме) рекомендуется осуществлять сразу после изучения данного раздела (темы) на лекционных занятиях. Это позволит студенту затратить меньше времени на обработку материала и выделение из него полезной дополнительной информации.

Полученную в ходе самостоятельной работы дополнительную информацию по изучаемым темам дисциплины целесообразно вносить в соответствующий раздел конспекта лекций, чтобы лекционная тетрадь содержала одновременно две составляющие (лекционный материал и дополнительную информацию по теме).

В ходе самостоятельной работы результаты разбора практических заданий рекомендуется отражать в конспекте лекций (с обратной стороны) или в отдельной тетради для самостоятельной работы.

Самостоятельная работа, предусмотренная учебным планом, способствует более глубокому усвоению изучаемого курса, позволяет формировать навыки информационно-эвристической и аналитической работы, а также ориентирует студентов на умение применять теоретические знания на практике.

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:

— систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков;

— добросовестное выполнение заданий преподавателя на практических занятиях;

— 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;

— сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам; выявление неточностей и некорректного изложения материала в периодической и специальной литературе;

— разработка предложений преподавателю в части доработки и совершенствования учебного курса;

— подготовка научных статей для опубликования в периодической печати, выступление на научно-практических конференциях, участие в работе студенческих научных обществ, круглых столах и диспутах по антикоррупционным проблемам.

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.

Важнейшим элементом самостоятельной работы является подготовка к проведению деловой игры. Этот вид самостоятельной работы позволяет углубить теоретические знания и расширить практический опыт студента, его способность генерировать собственные идеи, умение выслушать альтернативную точку зрения, аргументированно отстаивать свою позицию, сформировать командные навыки принятия решений.

На сегодняшний день тестирование – один из самых действенных и популярных способов проверить знания в изучаемой области. Тесты позволяют очень быстро проверить наличие знаний у студентов по выбранной теме. Кроме того, тесты не только проверяют знания, но и тренируют внимательность, усидчивость и умение быстро ориентироваться и соображать. При подготовке к решению тестов необходимо проработать основные категория и понятия дисциплины, обратить внимание на ключевые вопросы темы.

Подготовка реферата (презентации) – 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

Используется прикладное программное обеспечение (Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus), позволяющее демонстрировать лекционные материалы (слайды) и задания к практическим занятиям.

8.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

С целью обеспечения доступа к информационным ресурсам лиц с ограниченными возможностями здоровья в Зале мультимедиа Научной библиотеки КубГУ(к.А.218) оборудованы автоматизированные рабочие места для пользователей с возможностями аудиовосприятия текста. Компьютеры оснащены накладками на клавиатуру со шрифтом Брайля, колонками и наушниками. На всех компьютерах размещено программное обеспечение для чтения вслух текстовых файлов. Для воспроизведения звуков человеческого голоса используются речевые синтезаторы, установленные на компьютере. Поддерживаются форматы файлов: AZW, AZW3, CHM, DjVu, DOC, DOCX, EML, EPUB, FB2, HTML, LIT, MOBI, ODS, ODT, PDB, PDF, PRC, RTF, TCR, WPD, XLS, XLSX. Текст может быть сохранен в виде аудиофайла (поддерживаются форматы WAV, MP3, MP4, OGG и WMA). Программа также может сохранять текст, читаемый компьютерным голосом, в файлах формата LRC или в тегах ID3 внутри звуковых файлов формата MP3. При воспроизведении такого звукового файла в медиаплеере текст отображается синхронно. В каждом компьютере предусмотрена возможность масштабирования.

Для создания наиболее благоприятных условий использования образовательных ресурсов лицами с ограниченными возможностями здоровья, в электронно-библиотечных системах (ЭБС), доступ к которым организует библиотека, предусмотрены следующие сервисы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» http://www.biblioclub.ru

Многоуровневая система навигации ЭБС позволяет оперативно осуществлять поиск нужного раздела. Личный кабинет индивидуализирован, то есть каждый пользователь имеет личное пространство с возможностью быстрого доступа к основным смысловым узлам.

При чтении масштаб страницы можно увеличить, можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание текста непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа, например, Jaws, «Balabolka».

Скачиваемые фрагменты в формате pdf, содержащие подтекстовый слой, достаточно высокого качества и могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, быть загружены в тифлоплееры (устройств для прослушивания книг), а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

В ЭБС представлена медиатека, которая включает в себя около 3000 тематических аудиокниг различных издательств. В 2017 году контент ЭБС начал пополняться книгами и учебниками в международном стандартизированном формате Daisy для незрячих, основу которого составляют гибкая навигация и защищенность контента. Количество таких книг и учебников в ЭБС увеличивается ежемесячно.

ЭБС издательства «Лань» https://e.lanbook.com

Реализована возможность использования читателями **мобильного** приложения, позволяющего работать в режиме оффлайн для операционных систем iOS и Android. Приложение адаптировано для использования незрячими пользователями: чтение документов в формате PDF и ePUB, поиск по тексту документа, оффлайн-доступ к скачанным документам. Функция «Синтезатор» позволяет работать со специально подготовленными файлами в интерактивном режиме: быстро переключаться между приложениями, абзацами и главами, менять скорость воспроизведения текста синтезатором, а также максимально удобно работать с таблицами в интерактивном режиме.

ЭБС «Юрайт» https://biblio-online.ru,

ЭБС «ZNANIUM.COM» http://znanium.com,

ЭБС «Book.ru» https://www.book.ru

В ЭБС имеются **специальные версии сайтов** для использования лицами с ограничениями здоровья по зрению. При чтении книг и навигации по сайтам применяются функции масштабирования и контрастности текста. На сайте КубГУ также имеется специальная версия для слабовидящих, позволяющая лицам с ограничениями здоровья по зрению просматривать страницы и документы с увеличенным шрифтом и контрастностью, что делает навигацию по страницам сайта, том числе и Научной библиотеки, более удобным.

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

В процессе проведения лекционных и практических занятий применяются технические средства обучения: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и проектор.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы доской и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

При изучении отдельных тем требуется подключение компьютера к сети Интернет.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
2.	Занятия семинарского типа	АудиторииА208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, а также аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд., 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
3.	Лабораторные занятия	Лаборатории, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет.

		Ауд. 201Н, 202Н, 203Н, А203Н, 205А
4.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра…….. (ауд. 223, 224, 230, 236, 206А, 205Н, 218Н), ауд. А208Н
5.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд. 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
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 Ауд. 213А, 218А, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
7.	Курсовые работы	Кабинет для выполнения курсовых работ, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 213А, 218А