

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, качеству образования — первый проректор
Иванов А.Г.

« 05 » 07 2017г.

**Б1.В.ДВ.05.01 УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫМ И
ТОРГОВЫМ ПЕРСОНАЛОМ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки/ специальность:	38.03.06 «Торговое дело»
Направленность (профиль) / специализация:	Все профили
Программа подготовки:	академическая
Форма обучения:	очная
Квалификация (степень) выпускника:	бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.05.01 Управление маркетинговым и торговым персоналом составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата). Утвержден Приказом Министерства образования и науки РФ N 1334 от 12 ноября 2015 г.

Программу составил:

Шевченко Е.В., доцент кафедры маркетинга
и торгового дела, канд. экон. наук



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры
маркетинга и торгового дела

протокол № 10 «17» июня 2017г.

Заведующий кафедрой

Костецкий А.Н.

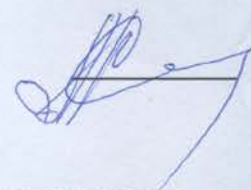


Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга и торгового
дела

протокол № 10 «17» июня 2017г.

Заведующий кафедрой

Костецкий А.Н.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического
факультета

протокол № 8 от 20.06. 2017 г.

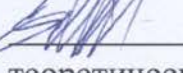
Председатель УМК факультета,

д-р экон.наук, проф. Л.Н. Дробышевская



Рецензенты:

 Лисичкина Н.М., финансовый директор ООО «Траст Агро Трейд»;

 Сидоров В.А., д-р. эк. наук, профессор, заведующий кафедрой
теоретической экономики ФГБОУ ВО «КубГУ».

1.Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа по курсу «Управление маркетинговым и торговым персоналом» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по профилям «Маркетинг в торговле», «Маркетинг услуг» направления бакалавриата 38.03.06 «Торговое дело».

Целью данного курса является формирование у студентов понимания необходимости мотивирования и стимулирования маркетингового персонала фирмы, сущности этих понятий, а также получение объема знаний, умений и навыков привлечения новых высокопрофессиональных сотрудников в области маркетинга и повышении мотивации работников компании.

Задачами учебной дисциплины «Управление маркетинговым и торговым персоналом» являются:

понимание сущности, целей и методов мотивации и стимулирования в работе с маркетинговым персоналом;

усвоение системного представления о роли мотивации и стимулирования как управленческого процесса в решении проблем получения максимальной отдачи сотрудников на предприятии.

знание основополагающих элементов процесса мотивации и факторов, оказывающих влияние на них;

знание основных основополагающих и процессуальных теорий мотивации;

знание основных форм стимулирования маркетингового персонала и методов воздействия на него;

получение навыков построения системы мотивации и стимулирования маркетингового персонала на предприятии с использованием полученных в изучения дисциплины знаний и умений.

Тематика и содержание программы разработаны в полном соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр»), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации, ориентированы на контингент, имеющий базовые знания по микроэкономической теории, маркетингу, менеджменту и другим специальным маркетинговым дисциплинам и рассчитаны на студентов второго уровня высшего профессионального образования.

1.2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Управление маркетинговым и торговым персоналом» относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 в соответствии с направлением 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриата). Содержание данной дисциплины опирается на знания

основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования соответствующих профилей, таких, как «Маркетинг», «Менеджмент» и др. Курс является продвинутым уровнем изучения таких курсов программ бакалавриата, как «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации в торговле» развивает изучение профессионального цикла дисциплин по направлению «Торговое дело» и в дальнейшем предполагает конкретизацию предметных областей изучения в таких дисциплинах, как «Маркетинг персонала», «Системы управления качеством торгового предприятия» (для профиля «Маркетинг в торговле») и «Инновационные маркетинговые технологии в сфере услуг», «Оценка и контроль эффективности маркетинговых программ» (для профиля «Маркетинг услуг»).

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

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОК-4	Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Основополагающие элементы процесса мотивации персонала и принципы работы в команде	Применять современные методы трудовой мотивации с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий	Навыками подбора маркетингового персонала с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий
2	ПК-5	Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Основные теории мотивации торгового персонала фирмы, основы стимулирования как управленческого процесса в области персонала организации	Выявлять причины снижения эффективности работы персонала Выявлять основные факторы, влияющие на деятельность персонала компании	Навыками управления персоналом и получения максимальной отдачи сотрудников на предприятии

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 ОФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)
			6
Контактная работа, в том числе:			
Аудиторные занятия (всего)		54	54
Занятия лекционного типа		18	18
Практические занятия		36	36
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4	4
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа в том числе:		49,8	49,8
Курсовая работа		-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		10	10
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций, подготовка к тестированию и деловой игре).		26	26
Реферат		10	10
Подготовка к текущему контролю		3,8	3,8
Контроль:			
Подготовка к экзамену		-	-
Общая трудоемкость	час.	108	108
	в том числе контактная работа	58,2	58,2
	зач. ед	3	3

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятие «мотивация» и ее роль в достижении целей управления. Потребность как основополагающий элемент процесса мотивации. Факторы, которые оказывают влияние на потребности человека. Механизм выбора способов удовлетворения потребностей	18	4	6	-	8
2	Основные теории мотивации. Содержательные теории мотивации (теории Маслоу, Мак Клеlland, Фредерика Герцберга)	18	2	6	-	8
3	Процессуальные теории мотивации (теория ожидания, теория справедливости, теория Портера-Лоулера)	20	4	6	-	8
4	Современные теории трудовой мотивации. Теория справедливости в трудовой мотивации. Теория атрибуции. Новые нарождающиеся теории.	16	2	6	-	8
5	Удовлетворение потребностей человека в трудовой деятельности, основные факторы, влияющие на результаты труда	18	4	6	-	8
6	Методы воздействия на трудовую мотивацию работников. Основные формы стимулирования работников	17,8	2	6	-	9,8
	<i>Итого:</i>		18	36	-	49,8

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Понятие «мотивация» и ее роль в достижении целей управления. Потребность как основополагающий элемент процесса мотивации. Факторы, которые оказывают влияние на потребности человека. Механизм выбора способов удовлетворения потребностей	Понятие мотивации персонала. Цели и методы мотивации. Обеспечение преданности (приверженности) сотрудников. Факторы, формирующие преданность. Материальные и нематериальные мотиваторы. Экономическая эффективность системы мотивации. Роль поведения персонала в достижении целей организации. Мотивация как базовый психологический процесс. Значение понятия «мотивация». Основной процесс мотивации. Первичные и общие мотивы. Вторичные мотивы. Классификация мотивов. Подходы к трудовой мотивации.	Вопросы для обсуждения Реферат
2.	Основные теории мотивации. Содержательные теории мотивации (теории Маслоу, Мак Клеlland, Фредерика Герцберга)	Содержательные теории трудовой мотивации. Иерархия потребностей Маслоу. Взаимоотношение содержательных теорий трудовой мотивации. Двухфакторная теория Герцберга. Отношение к иерархии потребностей Маслоу. Критический анализ теории Герцберга. Теория ERG Альдерфера.	Вопросы для обсуждения реферат
3.	Процессуальные теории мотивации (теория ожидания, теория справедливости, теория Портера-Лоулера)	Процессуальные теории трудовой мотивации. Мотивационная теория ожидания Врума. Смысл переменных. Модель Портера-Лоулера. Практические следствия. Вклад в теорию и практику трудовой мотивации	Вопросы для обсуждения
4.	Современные теории трудовой мотивации. Теория справедливости в трудовой мотивации. Теория атрибуции. Новые нарождающиеся теории.	Современные теории трудовой мотивации. Теория справедливости в трудовой мотивации. Теория атрибуции. Атрибуции локуса контроля. Ошибки атрибуции. Роль самооэффективности в атрибуции. Новые нарождающиеся теории.	Вопросы для обсуждения Тест
5.	Удовлетворение потребностей человека в трудовой деятельности, основные факторы, влияющие на результаты труда	Методы воздействия на мотивацию. Видимые и публичные вознаграждения. Социальное вознаграждение. Мотивация посредством проектирования рабочего места. Методы обогащения труда (Модель Хэкмана-Олдхема). Развитие на рабочем месте. Методы управления «Одноминутного менеджера».	Вопросы для обсуждения
6.	Методы воздействия на трудовую мотивацию работников. Основные формы стимулирования работников	Цели введения и основные виды льгот и компенсаций. Факторы, влияющие на системы льгот и компенсаций. Наиболее распространенные виды льгот и компенсаций. Негативные стороны компенсаций. Материальное стимулирование производственного поведения. Системы групповой заработной платы.	Вопросы для обсуждения Тест

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование темы	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Понятие «мотивация» и ее роль в достижении целей управления. Потребность как основополагающий элемент процесса мотивации. Факторы, которые оказывают влияние на потребности человека. Механизм выбора способов удовлетворения потребностей	Роль и понятие мотивации в достижении целей управления Потребность, как основополагающий элемент процесса мотивации Факторы, влияющие на человеческие потребности Механизм выбора способов удовлетворения потребностей	Вопросы для обсуждения Реферат
2.	Основные теории мотивации. Содержательные теории мотивации (теории Маслоу, Мак Клеllandа, Фредерика Герцберга)	Рассмотрение существующей классификации теорий мотивации Содержательные теории мотивации. Иерархия потребностей Маслоу. Двухфакторная теория Герцберга. Теория Альдерфера. Критический анализ рассмотренных теорий. Сильные и слабые стороны.	Вопросы для обсуждения реферат
3.	Процессуальные теории мотивации (теория ожидания, теория справедливости, теория Портера-Лоулера)	Анализ имеющихся процессуальных теорий трудовой мотивации Следствия модели Врума для организационного поведения Сопоставление содержательных и процессуальных моделей трудовой мотивации	Вопросы для обсуждения
4.	Современные теории трудовой мотивации. Теория справедливости в трудовой мотивации. Теория атрибуции. Новые нарождающиеся теории.	Современные теории трудовой мотивации Теория справедливости в трудовой мотивации Теория атрибуции. Атрибуции локуса контроля. Ошибки атрибуции Роль самооэффективности в атрибуции	Вопросы для обсуждения Тест
5.	Удовлетворение потребностей человека в трудовой деятельности, основные факторы, влияющие на результаты труда	Методы воздействия на мотивацию. Виды вознаграждений. Мотивация посредством проектирования рабочего места Методы обогащения труда (Модель Хэкмана-Олдхема) Методы управления «Одноминутного менеджера»	Вопросы для обсуждения
6.	Методы воздействия на трудовую мотивацию работников. Основные	Цели введения и основные виды льгот и компенсаций. Факторы, влияющие на системы льгот и	Вопросы для обсуждения

формы стимулирования работников	компенсаций. Наиболее распространенные виды льгот и компенсаций. Негативные стороны компенсаций. Материальное стимулирование производственного поведения Системы групповой заработной платы	Тест
---------------------------------	---	------

2.3.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

2.3.3 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 практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций).	<p>Ресурсы (в т.ч. и электронные) библиотеки КубГУ:</p> <p>1. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Родионова, В. И. Доминяк, Г. Жушман, М. А. Экземпляров. - М. : Юрайт, 2017. - 279 с. - https://www.biblio-online.ru/book/C388AAAB-09F1-4306-ACC2-BC2BE8A6D2B3.</p> <p>2. Пырьев Е.А. Психология труда: учебное пособие / Е.А. Пырьев. – Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 457 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&b</p> <p>3. Патласов О. Ю. Маркетинг персонала: учебник для студентов вузов. - Москва: Дашков и К°, 2016. - 383 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=452888</p>

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.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены дистанционные формы консультаций с использованием электронной почты, онлайн-общения через программы Skype, ВКонтакте и т.п.

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. 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 зачете;

– 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

1. Маркетинговая концепция управления персоналом.
2. Маркетинг персонала 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. Кадровый аудит как инструмент маркетинга персонала.
10. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
11. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.
12. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.
13. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
14. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
15. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.
16. Анализ основных конкурентов на рынке труда.
17. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
18. Составные части имиджа организации и факторы его формирования.
19. Маркетинговый подход к развитию кадрового потенциала организации.
20. Организация маркетинга персонала на предприятии.
21. Оценка эффективности деятельности организации – работодателя на рынке труда.
22. Тестирование персонал-маркетинга организации.
23. Изучение требований работников и кандидатов к рабочим местам.
24. Анализ конкурентов на рынке труда.
25. Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий для формирования кадровой политики организации.
26. Организационно-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий в системе управления персоналом организации.
27. Разработка плана маркетинга персонала.
28. Разработка программы кадрового аудита.
29. Рынок труда и его роль в формировании кадрового потенциала организации.
30. Маркетинг как инструмент планирования карьеры.
31. Формирование трудового потенциала организации.
32. Маркетинговый подход в управлении персоналом.
33. Оценка эффективности управления персоналом.
34. Имидж фирмы и его значение в маркетинге персонала.

Примеры тестовых заданий

1. Вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале, возможность повысить или изменить квалификацию работников называется...
 - управлением персоналом;
 - маркетингом персонала;
 - менеджментом.

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

- воздействие на субъективное восприятие;
- воздействие на объективное восприятие;
- воздействие на психологическое восприятие;
- воздействие на социальное восприятие.

3. Маркетинг персонала как средство...

- доставляет информацию для работы с персоналом посредством его исследования;
- сфокусирован на занятости целевыми группами (рыночные сегменты), в которых через дифференциацию коммуникаций формирует привлекательность предприятия как работодателя;
- служит для конкретного кадрового планирования.

4. К факторам формирования технологий маркетинга относятся:

- переоценка ценностей;
- выбор цели;
- демографические факторы;
- односторонний подход к выбору профессии и места работы;
- новый профиль рабочего места;
- недостаток специалистов и руководителей.

5. Перечислите уровни формирования маркетинга персонала:

- стратегический;
- оперативный;
- текущий.

6. Направления маркетинговой деятельности в области персонала – это...

- разработка профессиональных требований к персоналу;
- определение количественной и качественной потребности в персонале;
- расчет затрат на приобретение и использование персонала;
- выбор источников и путей покрытия потребностей в персонале;
- формирование кадровой политики организации;
- управление конфликтами;
- разработка системы мотивации;
- проектирование структуры организации.

7. Трудовые ресурсы охватывают...

- все социально-активное население;
- совокупность физических и умственных способностей населения;
- население, обладающее знаниями, умениями, навыками;
- население, занятое в производстве материальных благ;

- все население в границах возраста от 14 до 55 (60) лет.

8. Личный состав, работники предприятия, составляющие группу по профессиональным или другим признакам – это ...

- служащие;
- персонал;
- трудящиеся;
- рабочие;
- сотрудники.

9. Основной состав работников предприятия – это ..., объединенные для совместного достижения целей организации.

- кадры;
- персонал;
- рабочая сила.

10. Маркетинг персонала означает, что организация в каждом своем сотруднике видит...

- рабочую силу;
- клиента;
- человеческий капитал;
- ресурс производства.

11. Личный состав работников – это ..., состоящий с организацией как юридическим лицом в отношениях, регулируемых договором найма.

- персонал;
- кадры;
- рабочая сила.

12. Персонал организации – это ...

- совокупность работников, состоящих с организацией, юридическим лицом, в отношениях, регулируемых трудовым договором;
- совокупность работников, акционеров, руководства, обеспечивающих эффективную деятельность предприятия;
- внешний рынок человеческих ресурсов, обеспечивающих деятельность предприятия;
- все категории работников, занятых в системе управления.

13. Генеральную линию и принципиальные установки в работе с персоналом на длительную перспективу определяет...

- кадровая политика;
- оценка персонала;
- расстановка и обучение персонала;
- положение предприятия на рынке труда.

14. Кадровая политика предприятия формируется...

- советом директоров;
- правлением;
- директором предприятия;
- правящей партией;
- правитель

15. основополагающими принципами формирования кадровой политики являются...

- научность;
- комплексность;
- системность;
- эффективность;
- бесконфликтность.

16. Кадровая политика предприятия определяется параметрами:

- тип власти в обществе;
- стиль руководства;
- правила внутреннего трудового распорядка;
- коллективный договор;
- послевузовское дополнительное образование.

17. Кадровая политика предприятия не принимает во внимание ...

- тип власти в обществе;
- стиль руководства;
- правила внутреннего трудового распорядка;
- коллективный договор;
- послевузовское дополнительное образование.

18. Типы кадровой политики, ориентированные на собственный персонал или на внешний персонал, степень открытости по отношению к внешней среде при формировании кадрового состава, это: ...

- открытая;
- закрытая;
- смешанная.

19. Типы кадровой политики, связанные с уровнем осознанности тех правил и норм, которые лежат в основе кадровых мероприятий, это: ...

- пассивная;
- реактивная;
- превентивная;
- активная;
- смешанная.

20. Принципы подбора, условия найма, увольнения, обучения и оценки

персонала являются элементами ...

- властных полномочий руководителя;
- оплаты и стимулирования труда;
- социально-психологического управления;
- группового управления;
- разработки и проведения кадровой политики.

21. Управление, которое опирается на человеческий потенциал как на основу организации, осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, называется ...

- персональным;
- динамическим;
- политическим;
- стратегическим.

22. К задачам маркетинга персонала на стратегическом уровне относят:

- определение потребности в персонале;
- внедрение планов мероприятий, специфически сформированных для целевых групп;
- исследование рынка труда;
- формирование сегментов рабочей силы;
- определение целевых групп;
- определение позиций, необходимых и желаемых организацией.

23. Внешнее профилирование предприятия, которое означает передачу потенциальным кандидатам на вакансию позитивной настроенности на организацию и обеспечение её необходимыми, профессионально пригодными сотрудниками называется ...

- поиском персонала;
- внешним маркетингом;
- скринингом;
- набором персонала.

24. ... сфокусирован на работниках, уже занятых в организации, подразумевает принятие во внимание и формирование наиболее важных факторов её привлекательности как места работы.

- имидж организации;
- внутренний маркетинг;
- контроллинг;
- внутренний рынок труда.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Темы для проведения зачета по дисциплине

1. Понятие мотивации персонала. Цели и методы мотивации. Обеспечение преданности (приверженности) сотрудников. Факторы, формирующие преданность. Материальные и нематериальные мотиваторы.
2. Экономическая эффективность системы мотивации. Роль поведения персонала в достижении целей организации. Мотивация как базовый психологический процесс.
3. Значение понятия «мотивация». Основной процесс мотивации. Первичные и общие мотивы. Вторичные мотивы. Классификация мотивов. Подходы к трудовой мотивации.
4. Содержательные теории трудовой мотивации. Иерархия потребностей Маслоу.
5. Взаимоотношение содержательных теорий трудовой мотивации. Двухфакторная теория Герцберга. Отношение к иерархии потребностей Маслоу. Критический анализ теории Герцберга. Теория ERG Альдерфера.
6. Процессуальные теории трудовой мотивации. Мотивационная теория ожидания Врума. Смысл переменных.
7. Модель Портера-Лоулера. Практические следствия. Вклад в теорию и практику трудовой мотивации.
8. Современные теории трудовой мотивации. Теория справедливости в трудовой мотивации.
9. Теория атрибуции. Атрибуции локуса контроля. Ошибки атрибуции. Роль самооэффективности в атрибуции. Новые нарождающиеся теории.
10. Методы воздействия на мотивацию. Видимые и публичные вознаграждения. Социальное вознаграждение.
11. Мотивация посредством проектирования рабочего места. Методы обогащения труда (Модель Хэкмана-Олдхема). Развитие на рабочем месте.
12. Методы управления «Одноминутного менеджера».
13. Цели введения и основные виды льгот и компенсаций. Факторы, влияющие на системы льгот и компенсаций.
14. Наиболее распространенные виды льгот и компенсаций. Негативные стороны компенсаций.
15. Материальное стимулирование производственного поведения. Системы групповой заработной платы.

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

5.1 Основная литература:

1. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Родионова, В. И. Доминьяк, Г. Жушман, М. А. Экземпляров. - М. : Юрайт,

2017. - 279 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/C388AAAB-09F1-4306-ACC2-BC2BE8A6D2B3>.

2. Пырьев Е.А. Психология труда: учебное пособие / Е.А. Пырьев. – Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 457 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&b

3. Патласов О. Ю. Маркетинг персонала: учебник для студентов вузов. - Москва: Дашков и К°, 2016. - 383 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=452888

5.2. Дополнительная литература

1. Лебедев А. Н. Личность в системе маркетинговых коммуникаций/ А. Н. Лебедев, О. В. Гордякова ; Рос. акад. наук, Ин-т психологии. - Москва : Институт психологии РАН, 2015. - 302 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=430544.

2. Управление человеческими ресурсами: учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. Д. Гуськова, И. Н. Краковская, А. В. Ерастова, Д. В. Родин. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 212 с. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/AB6DD9A6-B667-4865-A3E9-9B5B4D608682/upravlenie-chelovecheskimi-resursami>

3. Шаховой В.А. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие, 4-е изд. /В.А. Шаховой, С.А. Шапиро. – Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 425 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=272218.

5.3. Периодические издания

1. «Кадры предприятия». Периодический журнал.
2. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. <http://www.mavriz.ru/>
3. «Маркетинг и маркетинговые исследования»
4. «Топ-менеджер».

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

1. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.mediaprofi-online.ru/tema.php?page=1>
2. Портал новостей «Lenta.ru». Режим доступа: <http://www.lenta.ru/>
3. Портал новостей «Ведомости». Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/var/bansrc/2010/bb3468.html>
4. Портал новостей «Коммерсант. ru». Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/>

5. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=57#>

6. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ. Режим доступа: <http://www.comnews.ru/lastnews/>

7. Исследовательская группа TNS. Режим доступа: <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp>

8. Мониторинг СМИ. Режим доступа: <http://www.integrum.ru/>

9. www.marketing.al.ru Бизнес в сетях

10. www.marketing.spb.ru Энциклопедия маркетинга

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

Самостоятельная работа слушателей по дисциплине 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;

6) 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 категории 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

8.1 Перечень информационных технологий и необходимого программного обеспечения

При проведении занятий лекционного типа используется технология мультимедиапрезентаций, включающая текстовые, графические материалы и видеоматериалы по курсу. При проведении занятий по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows 8, 10 (Операционная система, Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

8.2. Перечень информационных справочных и электронных библиотечных систем, доступных студентам КубГУ для изучения дисциплины

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия). Режим доступа <http://uisrussia.msu.ru/>

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

3. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE". Режим доступа <http://www.biblioclub.ru/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.

4. Электронная библиотечная система [BOOK.ru](http://www.book.ru/). Режим доступа <http://www.book.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих

5. Электронная библиотечная система Издательства «Юрайт». Режим доступа <http://www.biblio-online.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих.

6. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». Режим доступа <http://e.lanbook.com/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.

7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. Режим доступа <http://lib.myilibrary.com> .

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

	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
2.	Занятия семинарского типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л,

		201Н, 202Н, 203Н, А203Н. 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельностью. Ауд.201А
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра маркетинга и торгового дела (206А), аудитории 202А, 210Н, А216Н)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). 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
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 Ауд. 201Н, 202Н, 203Н, А203Н

Рецензия
доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой
теоретической экономики Кубанского государственного университета
Сидорова В.А.
на рабочую программу Шевченко Е.В.
«Управление маркетинговым и торговым персоналом»

Рабочая программа курса «Управление маркетинговым и торговым персоналом» направлена на освоение теоретических и практических основ управления маркетинговым и торговым персоналом. Курс ориентирован на овладение навыками маркетинга и умение использовать современные технологии управления персоналом в профессиональной деятельности бакалавров.

Рабочая программа по курсу «Управление маркетинговым и торговым персоналом» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по программам подготовки бакалавров направления 38.03.06 «Торговое дело». Структура и содержание рабочей программы отражает современное состояние изучаемой дисциплины и находится в русле современных тенденций развития теории и практики маркетингового управления. Рабочая программа в целом соответствует требованиям государственных стандартов третьего поколения по указанному направлению подготовки, разработана с учетом принципов компетентностного подхода и может быть использована в высшем профессиональном образовании торгово-экономического профиля.

Доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой теоретической
экономики Кубанского государственного
университета



Сидоров В.А.

Рецензия
финансового директора ООО «Траст Агро Трейд»
Лисичкиной Н.М.
на рабочую программу Шевченко Е.В.
«Управление маркетинговым и торговым персоналом»

Рабочая программа курса «Управление маркетинговым и торговым персоналом» направлена на освоение теоретических и практических основ управления маркетинговым и торговым персоналом. Курс ориентирован на овладение навыками маркетинга и умение использовать современные технологии управления персоналом в профессиональной деятельности бакалавров.

Рабочая программа по курсу «Управление маркетинговым и торговым персоналом» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по программам подготовки бакалавров направления 38.03.06 «Торговое дело». Структура и содержание рабочей программы отражает современное состояние изучаемой дисциплины и находится в русле современных тенденций развития теории и практики маркетингового управления. Рабочая программа в целом соответствует требованиям государственных стандартов третьего поколения по указанному направлению подготовки, разработана с учетом принципов компетентностного подхода и может быть использована в высшем профессиональном образовании торгово-экономического профиля.

Финансовый директор
ООО «Траст Агро Трейд»



Лисичкина Н.М.