

Министерство образования и науки Российской Федерации
филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего профессионального образования
«Кубанский государственный университет»
в г. Армавире



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по работе с филиалами

Евдокимов А.А.

» 08 2015г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.15 Маркетинг персонала

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль): Управление персоналом

Форма обучения: очная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Краснодар 2015

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг персонала» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом

Программу составила:

Новикова Е.Н. канд. экон. наук, ст. преподаватель, кафедры экономики и менеджмента



Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) экономики и менеджмента
протокол № 1 «28» августа 2017г.

Заведующий кафедрой Косенко С.Г.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии филиала по УГН
«Экономика и управление»

Протокол № 1 «28» августа 2017 г.

Председатель УМК филиала по УГН
«Экономика и управление»



канд. экон. наук, доц. Кабачевская Е.А.

Рецензенты:

Гаврюшин М.В. зам. директора по основной деятельности МАУК «Театр драмы и комедии»

Королук Е.В. д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке

Лист изменений к рабочей программе учебной дисциплины
«Маркетинг персонала»

Содержание изменений	№ протокола заседания кафедры, дата	ФИО / подпись зав. кафедрой
В соответствии с выходом нового приказа от 05.04.2017 №301 «Об утверждении Порядка организации и осуществлении образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» была изменена рабочая программа	№ 1 28.08.2017г.	

1 Цели и задачи изучения дисциплины.

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель освоения дисциплины «Маркетинг персонала» (Б.1.Б.15.) – получение знаний по функционированию внешней и внутренней маркетинговой (в области персонала) среды организации, а также использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала

1.2. 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.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Маркетинг персонала» (Б.1.Б.15.) относится к базовым дисциплинам учебного плана Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина «Маркетинг персонала» изучается на базе знаний, полученных в ходе изучения дисциплин 1-3 курса: экономическая теория, маркетинг, менеджмент, основы бизнеса, управление персоналом.

Маркетинг персонала является основой для изучения таких дисциплин как, социально-ответственный маркетинг, маркетинг в обществе, маркетинг идей и т.д.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК)

Компетенция	Содержание компетенции	Компонентный состав компетенции
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать: основы экономических знаний в различных сферах деятельности Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности Владеть: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Знать: особенности формирования системы управления маркетингом персонала в организации; требования к персоналу и запросы к работодателю; роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации Уметь: разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала Владеть: навыками анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала

ПК-16	владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике	Знать: особенности анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала Уметь: применять на практике навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала Владеть: владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала
ПК-19	владением навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала	Знать: особенности сбора и обработки информации о потребности персонала в организации Уметь: собирать информацию о потребности в персонале, получать обратную связь и обработку результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала Владеть: навыками и методами сбора информации в области маркетинга персонала

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		6			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):			-	-	-
Занятия лекционного типа	18	18	-	-	-
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	18	18	-	-	-
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			

Самостоятельная работа, в том числе:		33,8	33,8			
Курсовая работа		-	-	-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		8	8	-	-	-
Анализ научно-методической литературы		8	8	-	-	-
Реферат, эссе		8	8	-	-	-
Подготовка к текущему контролю		9,8	9,8	-	-	-
Контроль:						
Подготовка к зачету		-	-			
Общая трудоемкость	час.	72	72	-	-	-
	в том числе контактная работа	38,2	38,2			
	зач. ед	2	2			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые во 6 семестре

Но- мер раз- дела	Наименование разделов	Трудоемкость в часах			
		Всего	Аудиторная работа		Внеа- уд. ра- бота
			Л	ПЗ	
1	Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	14	4	4	6
2	Тема 2. Функции маркетинга персонала	10	2	2	6
3	Тема 3. Технология маркетинга персонала	16	4	4	8
4	Тема 4. Имидж организации и его использо- вание в маркетинге персонала	16	4	4	8
5	Тема 5. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга пер- сонала	13,8	4	4	5,8
	КСР	2			
	ИКР	0,2			
	<i>итого</i>	72	18	18	33,8

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

Но- мер раз- дела	Содержание тем раздела	Форма те- кущего кон- троля
1	Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	Реферат (Р), Эссе (Э)
2	Тема 2. Функции маркетинга персонала	Реферат (Р), Эссе (Э)
3	Тема 3. Технология маркетинга персонала	Реферат (Р), Эссе (Э)
4	Тема 4. Имидж организации и его использование в маркетинге персона- ла	Реферат (Р), Эссе (Э), Дискуссия (Д)
5	Тема 5. Информационная, коммуникативная и ценовая функции марке- тинга персонала	Реферат (Р),

2.3.2 Занятия семинарского типа.

Но- мер раз- дела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	Маркетинг персонала: подходы к определению, принци- пы, уровни и виды	Устный опрос (Уо), Тестирование (Т)
2	Функции маркетинга персонала	Устный опрос (Уо), Тестирование (Т)
3	Технология маркетинга персонала	Устный опрос (Уо), Ситуационные за- дания (СЗ).
4	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	Устный опрос (Уо), Тестирование (Т)
5	Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	Устный опрос (Уо), Тестирование (Т)

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия тематическим планом не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы) тематическим планом не предусмотрены

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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного (теоретического) материала	Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 28 августа 2017 г., протокол №1)
2	Анализ научно-методической литературы	- Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 28 августа 2017 г., протокол №1) - Основная и дополнительная литература по дисциплине.
3	Подготовка рефератов, эссе	Методические рекомендации по подготовке, написанию и порядку оформления рефератов и эссе (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 28 августа 2017 г., протокол №1)

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

При реализации учебной работы по дисциплине используются как традиционные образовательные технологии, ориентированные на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к обучающемуся (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения), так и активные и интерактивные формы.

Используемые образовательные технологии по-новому реализуют содержание обучения и обеспечивают реализацию компетенций ПК-2, ПК-16, ПК-19, подразумевая научные подходы к организации образовательного процесса, изменяют и предоставляют новые формы, методы и средства обучения.

Семестр	Вид занятия (Л)	Используемые интерактивные образова- тельные технологии	Количество часов
6	Л – Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	Дискуссия	4
Итого:			4

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Примерные вопросы для устного опроса

Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды

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

4. Этапы развития маркетинга персонала

Тема 2. Функции маркетинга персонала

1. Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала.
2. Подход Ф. Котлера.
3. Подход А.Я. Кибанова.
4. Подход Б.Ю. Сербиновского.

Тема 3. Технология маркетинга персонала

1. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
2. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.
3. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.
4. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
5. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
6. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.
7. Анализ основных конкурентов.
8. Изучение имиджа
9. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.

Тема 4. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала

1. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
2. Составные части имиджа организации и факторы его формирования,
3. Способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.

Тема 5. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

1. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала,
2. Виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала.

3. Содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала,
- 4 Способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда,
5. Оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала.

Примерные тестовые задания

1.Трудовой потенциал - это:

- а - часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы;
- б - совокупность духовных и физических способностей человека, которые он использует всякий раз, когда создает потребительные стоимости;
- в - способность персонала организации при наличии у него определенных качественных характеристик и соответствующих социально-экономических, организационных условий достигать определенный конечный результат.

2.Стандартизированная форма изложения содержания работы на конкретном рабочем месте является:

- а - должностной инструкцией;
- б - оценочным листом сотрудника;
- в - листом интервьюера;
- г - анкетой работника.

3.Маркетинг персонала - это:

- а - анализ ситуации на рынке труда для регулирования потребности в специалистах дефицитных специальностей;
- б - такая поведенческая культура, в которой имиджевые регуляторы осмысливаются персоналом как общественная необходимость;
- в - вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале;
- г - анализ ожиданий нынешних и потенциальных сотрудников (например, при найме на работу), а также определение выполнимости и реальной степени исполнения этих ожиданий.

4. Главными задачами персонал-маркетинга являются изучение развития производства, исследование рынка труда, анализ источников покрытия потребности в персонале, анализ путей получения персонала, анализ затрат на приобретение персонала, выбор альтернатив или комбинирование вариантов источников и путей покрытия потребностей в персонале:

- а - верно все;
- б - частично верно;
- в - неверно.

5. Главная задача маркетинга персонала это:

- а) владение ситуацией на рынке труда для определения потребностей в специалистах дефицитных специальностей
- б) предоставление людям рабочих мест в нужный момент времени и в необходимом количестве
- с) изучение объявлений о поиске работы, публикация собственных объявлений
- д) владение ситуацией на рынке труда для эффективного покрытия потребности в персонале

6. Какими методами можно определить трудоемкость работ по управлению персоналом?

- а) Нормативным
- б) Расчетно-аналитическим
- с) С помощью фотографии рабочего времени или хронометража

- d) Все ответы а-с являются правильными
- e) Ни один из ответов не является правильным

7. Что предусматривает профессиональный аспект адаптации работника в организации?

- a) Постепенная доработка трудовых способностей (профессиональных навыков, дополнительных знаний, навыков сотрудничества, т.п.)
- b) Сотрудник получает информацию о системе деловых и личностных взаимоотношений в коллективе
- c) Растет подготовленность сотрудника к восприятию и реализации нововведений (технического или организационно-экономического характера)

8. Какие этапы включает процесс подбора персонала?

- a) Оформление анкетных и автобиографических данных, анализ рекомендаций и послужного списка, проведение собеседования, профессиональное освидетельствование, анализ решения и подготовка материалов для найма
- b) Разработка плана потребности в персонале, мониторинг рабочей силы, заявки линейных руководителей в кадровую службу, уточнение требований к кандидатам, поиск, отбор кадров
- c) Поиск персонала внутри и вне компании, заявки линейного менеджера в отдел кадров, отбор и оценка эффективности.

9. В чем состоит наиболее важная часть предварительной подготовки при отборе претендента?

- a) Проведение собеседования с претендентом
- b) Анализ содержания работы и описание её характера
- c) Предоставление рекомендательных писем

10. Что такое развитие персонала?

- a) Комплекс мер по профессиональному обучению, переподготовке и повышению квалификации
- b) Интенсивные технологические преобразования в организации
- c) Систематическое повышение зарплаты персонала и продвижение работающих по служебной лестнице

Примерные темы рефератов

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.
6. Аналитические инструменты маркетинга персонала.
7. Организация деятельности службы управления персоналом по реализации маркетинговых функций.
8. Сравнительный анализ подходов к управлению человеческими ресурсами
9. Стратегические решения в области управления человеческими ресурсами
10. Реализация функции планирования в управлении человеческими ресурсами

Примерные темы эссе

1. «Маркетинг персонала позволяет организации ...»
2. «Стратегический маркетинг персонала необходим организации...»
3. «В службе персонала в должностные инструкции специалистов должны быть введены функции маркетинга персонала для ...»

4. «Применение маркетинга персонала в деятельности менеджера по персоналу необходимо для ...»
5. «Проведение маркетинга персонала актуально для работы...»
6. «Маркетинг персонала Краснодарского края развивается...»
7. «Маркетинг персонала является неотъемлемой частью...»
8. «В качестве основных функций маркетинга персонала я...»
9. «Рынок труда Псковской области представлен(представляется)...»
10. «Современные технологии маркетинга персонала позволяют...»

Примерные ситуационные задания

Движение персонала в организации.

1. Среднесписочная численность работников за год составила 1000 человек, за тот же период уволилось 200 человек. Определить коэффициент выбытия кадров в организации.
10
2. Среднесписочная численность работников за год составила 1000 человек, за этот же период принято на работу 150 человек. Определить коэффициент приема кадров.
3. За год по причинам, относящимся к текучести кадров, с предприятия уволилось 200 работников. Среднесписочная численность работников составляет 2000 человек. Определить коэффициент текучести кадров.
4. Рассчитать коэффициент внутренней мобильности персонала, если за 1 год 167 работников сменили должности. Среднесписочная численность работников – 1507 работников.
5. Рассчитать коэффициент стабильности персонала, если за 3 года число постоянных работников, состоящих в списках организации в течение всего анализируемого периода – 687 чел., при среднесписочной численности персонала за анализируемый период – 900 чел.
6. За год среднесписочная численность персонала – 2345 чел., в течение анализируемого периода уволилось 235 чел., отработавшие менее 1 года. Рассчитать коэффициент закрепленности для данной категории работников.

Анализ численности и состава работников.

7. В течение месяца среднесписочная численность работников составляла: с 1-го по 21-е число – 800 человек, с 22-го по 29-е – 803; с 30-го по 31-е число – 801 человек. Определить среднесписочное число работников за месяц.
8. Номинальный фонд рабочего времени равен 278 дням, фактическое число работников по плановому балансу рабочего времени составляет 270 дней. Явочная численность работников 560 человек. Определить списочное число работников.
9. Явочная численность работников подразделения 300 человек, планируемые невыходы на работу по уважительным причинам – 10% от номинального фонда рабочего времени. Определить списочную численность работников.

Определение среднесписочной численности работников.

11. Вновь созданная организация имела среднесписочную численность работников в апреле 170 человек, в мае – 180, в июне – 191 человек. Определить среднесписочную численность работников за II квартал года.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету:

1. Сущность маркетинга персонала в деятельности организации.
2. Функции маркетинга персонала в кадровой политике организации
3. Маркетинговая концепция управления персоналом.
4. Товар «рабочая сила» в системе маркетинга.
5. Роль, значение, цели и условия для маркетинга на рынке труда.
6. Маркетинговые исследования рынка труда.
7. Позиционирование товара «рабочая сила»
8. Предмет анализа при изучении внешнего и внутреннего рынка труда.
9. Целевые группы, выделяющиеся при сегментировании рынка труда.
10. Планирование и прогнозирование потребности в персонале. Этапы планирования потребности в персонале.
11. Сущность понятия «качественная потребность в персонале».
12. Методы расчета количественной потребности в персонале основывающиеся на данных трудоемкости работ.
13. Методы прогнозирования потребности в персонале.
14. Сущность и структура показателя «расходы на персонал».
15. Маркетинговое управление персоналом. Баланс рабочей силы и рабочих мест.
16. Сущность и значение планирования производительности труда. Основные последствия ускорения (замедления) роста производительности труда.
17. Виды норм для расчета численности рабочих.
18. Виды норм для расчета численности управленческого персонала.
19. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
20. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала.
21. Роль и значение аттестации персонала в организации кадровой работы
22. Опыт США в области создания оценочных центров и особенности их создания в России
23. Повышение квалификации как форма обучения персонала
24. Коучинг как форма развивающего обучения
25. Правовое регулирование трудовых отношений
26. Управление текучестью персонала на современных предприятиях: анализ и обобщение опыта
27. Управление изменениями положения работника в организации
28. Композиция и структуризация как направления организационного проектирования
29. Централизация и децентрализация управленческих процессов: сравнительный анализ практики российских предприятий
30. Должность как первичный элемент в структуре управления организацией

Критерии оценки зачета:

Оценка «зачтено» выставляется, если компетенции ОК-3, ПК-2, ПК-16, ПК-19 полностью освоены, обучающийся владеет материалом, отвечает на основные и дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, если компетенции ОК-3, ПК-2, ПК-16, ПК-19 не освоены, если обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями и ошибками решает практические задачи или не в состоянии их решить.

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

– 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 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.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины .

5.1 Основная литература:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 304 с. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/marketingovye-issledovaniya-426419#page/1>

2. Горленко, О. А. Управление персоналом [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаяева. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 249 с. - URL: <https://biblio-online.ru/viewer/upravlenie-personalom-414723#page/1>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт» и др.

5.2 Дополнительная литература

1 Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. Г. Одегов, С. А. Карташов, М. Г. Лабаджян. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 202 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02242-1. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/viewer/A1577E0C-7FC8-4595-A7F5-5D71EA9BAAED/kadrovaya-politika-i-kadrovoe-planirovanie-v-2-ch-chast-1#page/1>.

2. Михайлина, Г.И. Управление персоналом: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г.И. Михайлина, Л.В. Матраева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 280 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/93320/#1>

3. Данилина, Е.И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс]: учеб. / Е.И. Данилина, Д.В. Горелов, Я.И. Маликова. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 208 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/70525/#1>

4. Горленко, О. А. Управление персоналом: учебник для академического бакалавриата / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаяева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 249 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-00547-9. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/viewer/17BDA5D1-C599-4D1D-B8D0-063670E9B124/upravlenie-personalom#page/1> .

5. Маслова, В.М. Управление персоналом: толковый словарь [Электронный ресурс] : слов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 120 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/50254/#1> .

5.3. Периодические издания:

1. Мотивация и оплата труда <http://grebennikon.ru/journal-24.html>
2. Экономика и управление https://e.lanbook.com/journal/2404#journal_name
3. Креативная экономика. URL: https://e.lanbook.com/journal/2128#journal_name
4. Российское предпринимательство. URL: https://e.lanbook.com/journal/2131#journal_name

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

1. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» - URL: www.grebennikon.ru
2. «Электронная библиотека диссертаций» Российской Государственной Библиотеки (РГБ). - URL: <https://dvs.rsl.ru/>
3. Базы данных компании «Ист Вью». - URL: <http://dlib.eastview.com>
4. ЭБС издательства «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com>
5. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE». – URL: www.biblioclub.ru
6. ЭБС «Юрайт». – URL: <http://www.biblio-online.ru/>
7. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>
8. Научная электронная библиотека (НЭБ) «eLibrary.ru». - URL: <http://www.elibrary.ru>
9. ЭБС «Руконт» ОАО «ЦКБ «БИБКОМ». – URL: <http://www.rucont.ru>
10. Электронный периодический справочник « Системы гарант» - <http://www.garant.ru>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .

По курсу предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых дается основной систематизированный материал. Основной целью лекции является обеспечение теоретической основы обучения, развитие интереса к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, формирование у обучающихся ориентиров для самостоятельной работы.

Подготовка к практическим занятиям.

Практические занятия ориентированы на работу с учебной и периодической

литературой, знакомство с содержанием, принципами и инструментами осуществления и решением основных вопросов, приобретение навыков для самостоятельных оценок результатов оценки основных явлений дисциплины. К практическому занятию обучающийся должен ответить на основные контрольные вопросы изучаемой темы, подготовить эссе, решить тесты. Кроме того, следует изучить тему по конспекту лекций и учебнику или учебным пособиям из списка литературы.

Тестирование по предложенным темам. Подготовка тестированию предполагает изучение материалов лекций, учебной литературы.

Устный опрос. Важнейшие требования к устным ответам студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них. Ответ обучающегося должно соответствовать требованиям логики: четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Написание эссе. Эссе – вид самостоятельной работы, представляющий собой небольшое по объему и свободное по композиции сочинение на заданную тему, отражающее подчеркнуто индивидуальную позицию автора. Рекомендуемый объем эссе – 2-3 печатные страницы.

Написание реферата – это вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определённую тему на семинарах.

Дискуссия проводится как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических и практических проблем. Обучающийся учится выражать свои мысли в докладах и выступлениях, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию сокурсника. Данная форма работы позволяет повысить уровень интеллектуальной и личностной активности, включенности в процесс учебного познания.

Выполнение ситуационных заданий – это задачи, позволяющие осваивать интеллектуальные операции последовательно в процессе работы с информацией: ознакомление - понимание - применение - анализ - синтез - оценка.

Ситуационные задачи позволяют интегрировать знания, полученные в процессе изучения разных дисциплин. При этом они могут предусматривать расширение образовательного пространства обучающегося. Решение ситуационных задач, базирующихся на привлечении обучающихся к активному разрешению учебных проблем, тождественных реальным жизненным, позволяет обучающемуся овладеть умениями быстро ориентироваться в разнообразной информации, самостоятельно и быстро отыскивать необходимые для решения проблемы сведения и, наконец, научиться активно, творчески пользоваться своими знаниями.

Решение ситуационных задач может способствовать развитию навыков самоорганизации деятельности, формированию умения объяснять явления действительности, повышению уровня функциональной грамотности, формированию ключевых компетентностей, подготовке к профессиональному выбору, ориентации в ключевых проблемах современной жизни.

По результатам проверки ситуационных задач преподаватель указывает обучающемуся на ошибки и неточности, допущенные при выполнении заданий, пути их устранения.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- выполнение домашнего задания, предусматривающих решение ситуационных задач, проверяемых в учебной группе на практических занятиях;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- написание реферата и эссе по заданной проблеме.

Зачет. Обучающиеся обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения обучающимся учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения реферативных работ, эссе, устного опроса.

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.

1. Предоставление доступа всем участникам образовательного процесса к корпоративной сети университета и глобальной сети Интернет.
2. Предоставление доступа участникам образовательного процесса через сеть Интернет к справочно-поисковым информационным системам.
3. Использование специализированного (Офисное ПО, графические, видео- и аудиоредакторы и пр.) программного обеспечения для подготовки тестовых, методических и учебных материалов.
4. Использование офисного и мультимедийного программного обеспечения при проведении занятий и для самостоятельной подготовки обучающихся.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

- Microsoft Windows , Microsoft Office Professional Plus;
- Acrobat Reader DC; Sumatra PDF ;
- Mozilla FireFox;
- Медиаплеер VLC;
- Архиватор 7– zip;
- Gimp 2.6.16 (растровый графический редактор);
- Inkscape 0.91 (векторный графический редактор).

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Научная электронная библиотека (НЭБ) «eLibrary.ru». - [URL:http://www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины и оснащенность
	Лекционные занятия	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа
	Семинарские занятия	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа
	Групповые (индивидуальные) консультации	Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций
	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации
	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.