

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

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор  
Иванов А.Г.  
29 мая 2015г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.Б.17 «Маркетинг персонала»**

*(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

Направление подготовки/специальность 38.03.03. «Управление персоналом»  
*(код и наименование направления подготовки/специальности)*

Направленность (профиль) / специализация Управление профессиональным развитием персонала  
*(наименование направленности (профиля) специализации)*

Программа подготовки прикладная  
*(академическая /прикладная)*

Форма обучения очная  
*(очная, очно-заочная, заочная)*

Квалификация (степень) выпускника бакалавр  
*(бакалавр, магистр, специалист)*

Краснодар 2015

Рабочая программа дисциплины **Б1.Б.17 «Маркетинг персонала»** составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом»

Программу составил(и):

Миронова Ирина Ивановна (доц., канд. эк. наук, доц.)

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание

ПОДПИСЬ

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры управления персоналом и организационной психологии  
протокол № 11 « 22 » апреля 2015 г.

Заведующий кафедрой (разработчика)

А.А. Лузаков

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры управления персоналом  
и организационной психологии

протокол № 11 « 22 » апреля 2015 г.

Заведующий кафедрой (разработчика)

А.А. Лузаков

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета  
управления и психологии

протокол № 06 от 30 апреля 2015 г.

Председатель УМК факультета

Кимберг А.Н.

Рецензенты:

Г.Г. Вукович, док.экон.наук, проф., зав.кафедрой экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента.

Л.Г. Кадацкая, начальник отдела правового обеспечения и по вопросам государственной службы и кадров министерства экономики Краснодарского края.

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).**

### **1.1 Цель освоения дисциплины.**

Целью дисциплины «Маркетинг персонала» является подготовка студентов к самостоятельному принятию стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты перспективной маркетинговой деятельности предприятий в аспекте управления персоналом; овладение принципами и методами маркетингового анализа персонала организации в рамках понимания процесса управления персоналом.

### **1.2 Задачи дисциплины:**

- изучить функции и технологии маркетинга персонала;
- изучить основы правовых знаний в различных сферах деятельности;
- получить практические навыки основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике;
- овладеть навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике.

### **1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки по направлению 38.03.03 «Управление персоналом» профилю «Общий профиль (Управление персоналом)» образовательной программы бакалавриата.

В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных курсов: «Экономическая теория», «Психология», расширяет знания по таким дисциплинам, как: «Экономика предприятия», «Рынок труда», «Статистика».

Также дисциплина «Маркетинг персонала» находится в неразрывной логической связи с такими дисциплинами, как: «Организационное поведение», «Подбор персонала», «Основы кадровой политики и кадрового менеджмента», «Организация трудоустройства выпускников» и проч.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных/профессиональных компетенций (ОК-4; ПК – 2; ПК – 16;)

| № п. п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части)                                                        | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                 |                                                                                            |                                                                                  |
|---------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
|         |                    |                                                                                              | знать                                                                       | уметь                                                                                      | владеть                                                                          |
| 1.      | ОК-4               | способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности              | базовые аспекты права, понятие и сущность нормативных актов                 | анализировать правовую информацию                                                          | элементарным и навыками работы с нормативным и актами                            |
| 2.      | ПК - 2             | знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и | основные нормативные правовые документы; сущность и основные характеристики | оценивать экономическую эффективность деятельности организации использовать правовые нормы | методами разработки и реализации маркетинговых программ в управлении персоналом; |

| №<br>п.<br>п. | Индекс<br>компете<br>нции | Содержание<br>компетенции<br>(или её части)                                                                                                                                                     | В результате изучения учебной дисциплины<br>обучающиеся должны                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               |                           |                                                                                                                                                                                                 | знать                                                                                                                                                                                                                      | уметь                                                                                                                                                                                                                            | владеть                                                                                                                                                                                                           |
|               |                           | реализации<br>стратегии<br>привлечения<br>персонала и умение<br>применять их на<br>практике                                                                                                     | рынка труда;<br>содержание<br>маркетинговой<br>концепции<br>управления и ее<br>применение в<br>управлении<br>персоналом                                                                                                    | в<br>профессиональн<br>ой и<br>общественной<br>деятельности;<br>оценивать<br>положение<br>организации на<br>рынке труда,<br>разрабатывать<br>систему<br>мероприятий по<br>улучшению<br>имиджа<br>организации как<br>работодателя |                                                                                                                                                                                                                   |
|               | ПК - 16                   | владение навыками<br>анализа и<br>мониторинга<br>конкурентоспособно<br>сти стратегии<br>организации в<br>области подбора и<br>привлечения<br>персонала и умением<br>применять их на<br>практике | современную<br>систему<br>управления<br>персоналом и<br>обеспечения<br>конкурентоспо<br>собности;<br>специфику<br>организации<br>маркетинговой<br>деятельности<br>на<br>предприятиях<br>различных<br>сфер<br>деятельности; | принимать<br>участие в<br>разработке<br>инвестиционных<br>проектов,<br>направленных на<br>совершенствова<br>ние системы и<br>технологий<br>управления<br>персоналом и<br>проводить их<br>оценку;                                 | методами<br>реализации<br>основных<br>управленческ<br>их функций в<br>сфере<br>управления<br>персоналом;<br>математическ<br>ими ,<br>статистически<br>ми и<br>количественн<br>ыми методами<br>решения<br>типовых; |

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов, их распределение по видам работ представлено в таблице  
(для студентов ОФО).

| Вид учебной работы                                                           | Всего часов | Семестры (часы) |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------|---|---|---|
|                                                                              |             | 6               | 7 | 8 | 9 |
| <b>Аудиторные занятия (всего)</b>                                            | 36          | 36              |   |   |   |
| В том числе:                                                                 |             |                 |   |   |   |
| Занятия лекционного типа                                                     | 18          | 18              |   |   |   |
| Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)                   | 18          | 18              |   |   |   |
| <b>Иная контактная работа:</b>                                               | -           | -               |   |   |   |
| Контроль самостоятельной работы (КСР)                                        | 2           | 2               |   |   |   |
| Промежуточная аттестация (ИКР)                                               | 0,2         | 0,2             |   |   |   |
| <b>Самостоятельная работа (всего)</b>                                        | 36          | 36              |   |   |   |
| В том числе:                                                                 |             |                 |   |   |   |
| <i>Курсовая работа</i>                                                       | -           | -               |   |   |   |
| <i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>                        | 20          | 20              |   |   |   |
| <i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i> | 5           | 5               |   |   |   |
| <i>Реферат</i>                                                               | 6           | 6               |   |   |   |
| <i>Эссе</i>                                                                  |             |                 |   |   |   |
| <i>Подготовка к текущему контролю</i>                                        | 5           | 5               |   |   |   |
| <b>Промежуточная аттестации (зачет, экзамен)</b>                             |             |                 |   |   |   |
| Общая трудоёмкость 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 трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре (очная форма),

| № раздела | Наименование разделов                                               | Количество часов |                   |    |     |
|-----------|---------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|-----|
|           |                                                                     | Всего            | Аудиторная работа |    | СРС |
|           |                                                                     |                  | Л                 | ПЗ |     |
| 1         | 2                                                                   | 3                | 4                 | 5  | 6   |
| 1.        | Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды | 8                | 2                 | 2  | 4   |
| 2.        | Эволюция маркетинга персонала                                       | 10               | 2                 | 2  | 6   |
| 3.        | Функции маркетинга персонала                                        | 10               | 2                 | 2  | 6   |
| 4.        | Технология маркетинга персонала                                     | 14               | 4                 | 4  | 6   |
| 5.        | Имидж организации и его использование в маркетинге персонала        | 14               | 4                 | 4  | 6   |
| 6.        | Информационная, коммуникативная и ценовая функции                   | 13,8             | 4                 | 4  | 5,8 |

| №<br>раздела | Наименование разделов | Количество часов |                      |    |      |
|--------------|-----------------------|------------------|----------------------|----|------|
|              |                       | Всего            | Аудиторная<br>работа |    | СРС  |
|              |                       |                  | Л                    | ПЗ |      |
| 1            | 2                     | 3                | 4                    | 5  | 6    |
|              | маркетинга персонала  |                  |                      |    |      |
|              | Итого                 |                  | 18                   | 18 | 33,8 |

## 2.3 Содержание разделов дисциплины:

### 2.3.1 Занятия лекционного типа.

| №  | Наименование<br>раздела                                             | Содержание раздела                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Форма текущего контроля<br>(по каждому разделу)                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды | Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.                                                                                                                                                                                                                 | Проработка учебного (теоретического) материала по особенностям внешнего и внутреннего маркетинга персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом.                                                                                                                |
| 2. | Эволюция маркетинга персонала                                       | Этапы развития маркетинга персонала. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала. Российская теория маркетинга персонала                                                                                                                     | Проработка учебного (теоретического) материала по основным направлениям эволюции маркетинга персонала                                                                                                                                                                                                  |
| 3. | Функции маркетинга персонала                                        | Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала.                                                                                                                                                                                                                                                    | Проработка учебного (теоретического) материала по функциям маркетинга персонала                                                                                                                                                                                                                        |
| 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. | Проработка учебного (теоретического) материала по изучению 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. |
| 5. | Имидж                                                               | Значение имиджа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Проработка учебного                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|    |                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | организации и его использование в маркетинге персонала                 | организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.                             | (теоретического) материала по определению 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. |
| 6. | Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала | Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала. | Проработка учебного (теоретического) материала по способам применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала.                                                                           |

### 2.3.2 Занятия семинарского типа.

| №  | Наименование раздела                                                | Содержание раздела                                                                                                                                                                                                                                | Форма текущего контроля (по каждому разделу)                                                                                                                                                                |
|----|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды | Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом. | Основные категории маркетинга персонала (потребности, спрос, предложение, сделка или трудовое соглашение, обмен трудовыми ресурсами, трудовые ресурсы, рынок труда, рабочей силы, рынок трудовых ресурсов). |
| 2. | Эволюция маркетинга персонала                                       | Этапы развития маркетинга персонала. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала                                                                   | Научный подход к маркетингу персонала. Состояние и перспективы развития кадрового потенциала России и региона (по отраслям).                                                                                |

|    |                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                   |
|----|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. | Функции маркетинга персонала                                           | Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции.                                                                                                                                                                                 | Анализ должностных инструкций и положения о службе персонала организации с позиций реализации функций маркетинга персонала. Решение управленческих задач.                                         |
| 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.                                                                                                                                                    | Организация деятельности службы персонала и ее подразделений, менеджера по персоналу. Источники и пути покрытия потребности в персонале, оценка их эффективности. управления .                    |
| 5. | Имидж организации и его использование в маркетинге персонала           | Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.                                                                                                                                                                   | Разработка HR –бренда компании.                                                                                                                                                                   |
| 6. | Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала | Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала, способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала. | Проанализировать требования к должности менеджера по персоналу. Сформировать систему требований, которые организация-работодатель предъявляет к менеджеру по персоналу, претендующему на вакансию |

**2.3.3 Лабораторные занятия** — не предусмотрены

**2.3.4 Курсовые работы** – не предусмотрены.

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

| №  | Вид СРС                                                               | Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы                                                                                            |
|----|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 2                                                                     | 3                                                                                                                                                                                    |
| 1. | Проработка учебного (теоретического) материала                        | Методические рекомендации для студентов направления управление персоналом по выполнению письменных работ, утвержденные кафедрой управления персоналом и организационной психологией, |
| 2. | Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций) |                                                                                                                                                                                      |
| 3. | Реферат                                                               |                                                                                                                                                                                      |
| 4. | Эссе                                                                  |                                                                                                                                                                                      |
| 5. | Подготовка к текущему контролю                                        |                                                                                                                                                                                      |
| 6. | Информационное обеспечение управленческой деятельности                |                                                                                                                                                                                      |

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

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Удельный вес занятий, проводимых в формах в виде обсуждения, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин: проблемная лекция, лекция-дискуссия, организация совместного решения проблем, анализ конкретных ситуаций, семинар-дискуссия, тестирование.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Занятия, проводимые с использованием интерактивных технологий

| Семестр | Вид занятия<br>(Л, ПЗ, ЛР) | Используемые интерактивные образовательные технологии                               | Количество часов |
|---------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 6       | Л                          | Лекция с элементами педагогической эвристики, лекция-консультация                   | 9                |
|         | ПЗ                         | Беседы, разбор ситуаций, презентация докладов, сообщений в формате мини-конференции | 9                |
| Итого:  |                            |                                                                                     | 18               |

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

##### **4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации**

###### **ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА 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 (на примере Программы развития Краснодарского края до 2020 г.).
6. Аналитические инструменты маркетинга персонала.
7. Организация деятельности службы управления персоналом по реализации маркетинговых функций.

*Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:*

ПК-2 знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике.

Критерии оценки:

«не/зачет» - отсутствие работы в групповой деятельности над вопросами для обсуждения без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«зачтено» - работа в групповой деятельности над вопросами для обсуждения с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов; лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности вопросами для обсуждения с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

###### **ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ЭССЕ:**

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

*«Маркетинг персонала позволяет организации ...»*

*«В службе персонала в должностные инструкции специалистов должны быть введены функции маркетинга персонала для ...»*

*«Применение маркетинга персонала в деятельности менеджера по персоналу необходимо для ...»*

*«Я – кандидат на рабочее место ...»*

*Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:*

ОК-4 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности

«не/зачет» - отсутствие элементарных знаний базовых аспектов права, понятий и сущности нормативных актов;

«зачтено» - студент знаком с элементарными навыками работы с нормативными актами;

#### **4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

##### **Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине**

###### **«Маркетинг персонала»**

1. Функции маркетинга персонала в кадровой политике организации
2. Маркетинговые концепции. Понятийный аппарат МП.
3. Система управления МП организации: структура целей МП.
4. Маркетинговые исследования рынка труда
5. Имидж организации как работодателя.
6. Планирование потребностей организации в персонале.
7. Применение стратегического и тактического инструментария МП организации
8. Основные направления реализации функции МП по формированию трудового потенциала организации.
9. Применение коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда.
10. Экономическая эффективность МП: методы, показатели
11. Сущность бухгалтерского учета, его основные задачи и требования, предъявляемые к его ведению.
12. Предмет, метод бухгалтерского учета. Капитальное (основное) уравнение бухгалтерского учета.
13. Сущность, содержание и строение бухгалтерского баланса. Изменения в бухгалтерском балансе, вызываемые хозяйственными операциями.
14. Система счетов бухгалтерского учета и двойная запись.
15. Понятие бухгалтерского счета. Правила отражения хозяйственных операций на бухгалтерских счетах.
16. Сущность и значение двойной записи хозяйственных операций на бухгалтерских счетах.
17. Использование системы счетов для учета хозяйственных процессов: формирование уставного капитала, процесса снабжения, производства, продажи.
18. Общие положения по учету труда и заработной платы. Формы, системы и виды оплаты труда.
19. Расчет основной заработной платы.
20. Содержание, назначение и принципы учета для управления
21. Бухгалтерский учет как информационная система.
22. Сравнительная характеристика финансового, налогового и управленческого учета.
23. Принципы формирования информации в управленческом учете.
24. Управленческий учет процессов обеспечения трудовыми ресурсами.
25. Что представляет собой маркетинговая концепция управления персоналом
26. Какие функции маркетинга персонала выделяют разные авторы
27. Что является предметом анализа при изучении внешнего и внутреннего рынка труда
28. Какие целевые группы выделяются при сегментировании рынка труда
29. Что такое планирование и прогнозирование потребности в персонале Назовите этапы планирования потребности в персонале.
30. Что включает в себя понятие «качественная потребность в персонале»
31. Какие методы расчета количественной потребности в персонале основываются на данных трудоемкости работ?
32. В чем содержание стохастических методов расчета количественной потребности в персонале?
33. Назовите методы прогнозирования потребности в персонале.
34. Каковы сущность и структура показателя «расходы на персонал»

35. Какие изменения вносит рынок труда в нормативную базу для планирования показателей по труду
36. Сущность и значение планирования производительности труда. Основные последствия ускорения (замедления) роста производительности труда.
37. Какие виды норм применяются для расчета численности рабочих
38. Какие виды норм применяются для расчета численности управленческого персонала
39. Маркетинговый подход к развитию кадрового потенциала организации.
40. Организация маркетинга персонала на предприятии.
41. Оценка эффективности деятельности организации – работодателя на рынке труда.
42. Тестирование персонал-маркетинга организации.
43. Изучение требований работников и кандидатов к рабочим местам.
44. Анализ конкурентов на рынке труда.
45. Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий для формирования кадровой политики организации.
46. Организационно-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий в системе управления персоналом организации.
47. Разработка плана маркетинга персонала.
48. Разработка программы кадрового аудита.
49. Разработка программы кадрового аудита.
50. Разработка HR бизнес-плана

*Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:*

ОК-4 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности

«не/зачет» - отсутствие элементарных знаний базовых аспектов права, понятий и сущности нормативных актов;

«зачтено» - студент знаком с элементарными навыками работы с нормативными актами;

ПК-2 знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике.

«не/зачет» - отсутствие работы в групповой деятельности над вопросами для обсуждения без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«зачтено» - работа в групповой деятельности над вопросами для обсуждения с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов; лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности вопросами для обсуждения с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

ПК-16 - владение навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике.

«не/зачет» - отсутствие готовности принимать участие в разработке инвестиционных проектов, направленных на совершенствование системы и технологий управления персоналом и проводить их оценку;

«зачтено» - студент имеет системное представление о специфике организации маркетинговой деятельности на предприятиях различных сфер деятельности;

*Упражнения и задачи.*

Объясните, как можно использовать разные типы исследования для составления прогноза реакции работников организации на новую систему оценки труда.

Найдите на сайте Федеральной службы государственной статистики «Справочник Россия в цифрах. Краткий статистический сборник» за последний доступный год. Изучите в нем разделы:

1. Основные социально-экономические характеристики российской федерации;

5. Население;
6. Труд;
7. Уровень жизни населения.

Подготовьте сообщение с небольшой презентацией по следующим вопросам:

- 1) Динамика численности населения России. Понятие и динамика численности экономически активного населения
- 2) Характеристика плотности населения России
- 3) Распределение населения России по возрасту и средняя продолжительность жизни
- 4) Динамика международной миграции
- 5) Безработица в РФ
- 6) Основные социально-экономические индикаторы уровня жизни населения

Пользуясь Интернет-ресурсами (например, [www.hh.ru](http://www.hh.ru)), подготовьте доклад и небольшую презентацию с ответами на следующие вопросы:

1. Какие изменения произошли за последний год на региональном рынке труда?
2. Как поменялся индекс HeadHunter по основным группам профессий за предыдущий год?
3. Какие профессии сейчас наиболее востребованы работодателями в Краснодаре?
4. Какие профессии сейчас наиболее востребованы соискателями?
5. Каковы тенденции по изменению числа вакансий в Москве за ряд последних лет?
6. Каково соотношение средней заработной платы по разным категориям сотрудников в разных городах России?
7. Опишите портрет соискателя на рынке труда г. Краснодара
8. Опишите структуру спроса на специалистов по опыту работы в г. Краснодара
9. Опишите структуру спроса на специалистов по типу занятости и графику работы в г. Краснодаре
10. Опишите состояние рынка труда в любом другом городе России

*Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:*

ПК-2 знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике.

«не/зачет» - отсутствие работы в групповой деятельности над вопросами для обсуждения без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«зачтено» - работа в групповой деятельности над вопросами для обсуждения с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов; лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности вопросами для обсуждения с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

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.

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

### **5.1 Основная литература:**

1. Патласов. О.П. 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 : 348.48.

2. Протасов В.Ф. Анализ деятельности предприятия (фирмы) производство, экономика, финансы, инвестиции, маркетинг, оценка персонала [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В. Ф. Протасов, А. В. Протасова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 521 с. : ил. - Библиогр. : с. 519-521. - ISBN 5279027693 : 318 р.

3. Пугачёв В.П. Планирование персонала организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пугачёв В.П.– Электрон. текстовые данные.– М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014 – 236 с.– Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13151>.– ЭБС «IPRbooks», по паролю

### **5.2 Дополнительная литература:**

1.Шестакова Е.В. Планирование кадров [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шестакова Е.В.– Электрон. текстовые данные.– Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015 – 168 с.– Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30073>.– ЭБС «IPRbooks», по паролю

2.Фербер М. Руководство по маркетингу консалтинговых услуг [Электронный ресурс]/ Фербер М, Иванов М.– Электрон. текстовые данные.– М.: Манн, Иванов и Фербер, Альпина Паблишер, 2013 – 292 с.– Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39308>.– ЭБС «IPRbooks», по паролю

3. Маркетинг персонала : практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089>

### **5.3. Периодические издания:**

– Журнал "Управление персоналом"[Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.top-personal.ru>.

– Журнал «Кадровик» ([panor.ru/journals/kadrovik/](http://panor.ru/journals/kadrovik/)).

– Официальный сайт Национального союза кадровиков (<http://www.kadrovik.ru>)

- Информ. портал для специалистов по кадрам и управлению персоналом (<http://www.pro-personal.ru/>).
- Журнал «Человек и труд» ([chelt.ru](http://chelt.ru)).
- портал "Менеджмент и маркетинг в бизнесе" ([aup.ru](http://aup.ru)).
- мониторинг рынка труда (<http://www.hrmonitor.ru/>).
- журнал «Работа с персоналом» (<http://www.hr-journal.ru/>).
- Оплата труда и мотивация персонала (электронный журнал) "[Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.zarplata.com>
- Федеральная служба государственной статистики РФ "[Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru).
- информационный портал в области охраны труда "[Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.ohranatruda.ru](http://www.ohranatruda.ru).
- «Российская Информационная Система Охраны Труда» "[Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.risot.safework.ru](http://www.risot.safework.ru).
- журнал «Вестник государственного социального страхования» "[Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.vgss.ru](http://www.vgss.ru).

**6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
- Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
- База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
- База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
- База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН <http://www2.viniti.ru/>
- Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных [www.rusnano.com](http://www.rusnano.com)
- Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru/>
- База данных международных индексов научного цитирования Web of Science <http://webofscience.com/>;
- База данных рефератов и цитирования Scopus <http://www.scopus.com/>;
- Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com/>;
- Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>;
- Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия) <http://uisrussia.msu.ru/>;
- База данных Springer Materials <http://materials.springer.com/>;
- База данных Springer Protocols <http://www.springerprotocols.com/>;
- Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
- База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
- База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
- База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН <http://www2.viniti.ru/>
- Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных [www.rusnano.com](http://www.rusnano.com)
- Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru/>
- Информационно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] –

Режим доступа: <http://consultant.ru/>

- Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>)
- Официальная статистика РФ: Рынок труда, занятость и заработная плата [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/wages](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages)
- Министерство труда и социальной защиты РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rosmintrud.ru>
- Научно-исследовательский институт труда и социального страхования (НИИ труда) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.niitruda.ru>
- Гос. инспекция труда в Краснодарском крае [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://git23.rostrud.ru/>
- Профессиональные стандарты [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://profstandart.rosmintrud.ru>
- HR-портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.hr-portal.ru](http://www.hr-portal.ru)
- Портал о кадровом менеджменте [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.hrm.ru](http://www.hrm.ru).

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

Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем-лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения с использованием интерактивных образовательных технологий (мультимедийных, лекции-дискуссии, лекции-демонстрации).

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде.

Задачи лекции заключаются в обеспечении формирования системы знаний по учебной дисциплине, в умении аргументированно излагать научный материал, в формировании профессионального кругозора и общей культуры, в отражении еще не получивших освещения в учебной литературе новых достижений науки, в оптимизации других форм организации учебного процесса.

Практические занятия – являются формой учебной аудиторной работы, в рамках которой формируются, закрепляются и представляются знания, умения и навыки, интегрирующие результаты освоения компетенций как в лекционном формате, так в различных формах самостоятельной работы. К каждому занятию преподавателем формулируются практические задания, требования и методические рекомендации к их выполнению, которые представляются в фонде оценочных средств учебной дисциплины.

Контроль самостоятельной работы: для студентов дневной и заочной формы обучения – текущий контроль осуществляется в соответствии с программой занятий (еженедельно для студентов очной формы обучения; по семестрам – для студентов заочной формы обучения); промежуточный контроль по итогам освоения дисциплины осуществляется в форме рейтинговой системы оценок. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий:

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов

периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе аналитического инструментария, используемого как в рамках данной отрасли знания, так и публичной практике;

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют практические задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленной компетенции. На данном этапе студенты осуществляют самостоятельный поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщают и анализируют собранный материал по схеме, рекомендованной преподавателем, формулируют выводы, готовят практические рекомендации, презентационные материалы для публичного их представления и обсуждения.

Критерии оценки заданий в рамках самостоятельной работы студентов формулируются преподавателем в фонде оценочных средств.

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).**

### **8.1 Перечень информационных технологий.**

- Коммуникации со студентами, проверка домашних заданий, консультации осуществляются через интерактивно-образовательную среду (личные кабинеты).
- Использование электронных презентаций при проведении практических занятий.

### **8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.**

- Microsoft Windows 8, 10
- Microsoft Office Professional Plus

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

| №  | Вид работ                                  | Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность                                                                                                                                                                     |
|----|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Лекционные занятия                         | Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением                                                                                                                                       |
| 2. | Семинарские занятия                        | Специальное помещение, оснащенное презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением                                                                                                                                      |
| 3. | Групповые (индивидуальные) консультации    | Кабинет, оснащенный мебелью и рабочими станциями с доступом в Интернет                                                                                                                                                                     |
| 4. | Текущий контроль, промежуточная аттестация | Аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением                                                                                                                                                  |
| 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. |

