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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор
_____ Хагуров Т.А.
подпись
«29»мая 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.05 МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПЕРСОНАЛА

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 38.04.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация Маркетинг

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

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

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

Краснодар 2020

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель дисциплины «Мотивация и стимулирование маркетингового персонала» - выработать у студентов знания о теоретических и практических основах мотивации: подходах, теориях, видах, методах, системах, показателях мотивации и стимулирования маркетингового персонала и основных направлениях, программе их исследования с целью совершенствования для достижения различных целей предприятия.

1.2 Задачи дисциплины.

– овладение теоретическими основами, современными подходами управления мотивацией; методами мотивации и стимулирования персонала;

– получение знаний, необходимых для организации процесса мотивации персонала в маркетинге;

– получение навыков исследования мотивации, определения основных направлений и показателей мотивации в соответствии с целями организации и целями маркетинговых подразделений.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Мотивация и стимулирование маркетингового персонала» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Для изучения дисциплины необходимо знание таких предшествующих в учебном плане дисциплин как: «Методология и организация исследовательской деятельности», «Современные технологии менеджмента», «Управление организационными системами», «Современный стратегический анализ». Изучение дисциплины необходимо для изучения таких дисциплин учебного плана, как: «Маркетинг изменений», «Организация и планирование маркетинговых программ».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК-9).

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	**уметь**	**владеть**
ПК-9	способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	– Понятие, виды, современные концепции, теории, системы и методы мотивации и стимулирования маркетингового персонала. – Понятие, методы, программа, инструменты исследования мотивации и на этой основе разработки систем стимулирования.	– Применять различные методы, разрабатывать программу и инструменты исследования мотивации маркетингового персонала ; – Интерпретировать результаты исследований мотивации и на их основе оценивать новые возможности, разрабатывать – показатели и параметры систем стимулирования.	Навыками применения различных инструментов исследования мотивации в зависимости от специфики проблемы и категорий персонала; Навыками разработки программ и инструментария исследований; Навыками обработки и интерпретации результатов исследования.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет _3___ зач.ед. (_108_ часов), их распределение по видам работ представлено в таблице *(для студентов ОФО).*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		_А_	___		
Контактная работа, в том числе:	28,3	28,3			
Аудиторные занятия (всего)	28	28			
В том числе:					
Занятия лекционного типа	8	8			

Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	20	20			
Лабораторные занятия	-	-			
Иная контактная работа:	0,3	0,3			
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3			
Самостоятельная работа (всего)	53	53			
В том числе:					
Проработка учебного (теоретического) материала	10	10			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка эссе, индивидуального задания)	40	40			
Подготовка к текущему контролю	3	3			
Промежуточная аттестации (*экзамен*)					
Подготовка к экзамену	26,7	26,7			
Общая трудоемкость час	108	108			
зач. ед.	3	3			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в _А__ семестре *(очная форма)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие, виды и теории мотивации. Материальная и нематериальная мотивация. Мотивация карьерой, моральная, организационная мотивация.	6	1	2	-	3
2.	Мотивация трудовой деятельности, виды систем и показателей стимулирования труда, особенности в маркетинговых отделах и организациях.	13	1	2	-	10
3.	Системы оплаты труда, формы, виды, особенности в маркетинговых отделах и организациях.	16	2	4	-	10
4.	Исследование и анализ мотивации персонала, построение программ исследования и анкет. Построение мотивационных карт маркетингового персонала на основе результатов исследований.	15	1	4	-	10
5.	Результативность труда маркетингового персонала. Цели систем мотивации и стимулирования. Показатели эффективности труда маркетингового персонала. KPI.	15	1	4	-	10
6.	Разработка систем мотивации и стимулирования труда для работников отдела маркетинга на основе результатов исследований и учета различных видов, факторов, методов мотивации.	16	2	4	-	10
	Итого по дисциплине:		8	20	-	53

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Понятие, виды и теории мотивации. Материальная и нематериальная мотивация. Мотивация карьерой, моральная, организационная мотивация.	Мотивы трудовой деятельности. Связь мотивов с потребностями и стимулами. Позитивная и негативная мотивация. Материальная и нематериальная мотивация. Моральная и другие виды мотивации	Интерактивные дискуссии на занятиях лекционного типа: дискуссионные вопросы
2	Мотивация трудовой дея-	Структура системы стимулирования. Денежные и	Интерактивные

	тельности, виды систем и показателей стимулирования труда, особенности в маркетинговых отделах и организациях.	неденежные формы стимулирования труда. Системы премирования. Гибкие системы участия. Системы коллективного премирования. Стимулирование труда управленческого персонала и руководителей. Практика материального стимулирования наиболее талантливых работников. Организационное стимулирование труда. Формы стимулирования инновационной деятельности персонала. Виды стимулирования. Стимулы, не требующие инвестиций со стороны компании: Стимулы, требующие инвестиций, распределяемые безадресно. Стимулы, требующие инвестиций, распределяемые адресно. Построение систем стимулирования	дискуссии на занятиях лекционного типа: дискуссионные вопросы
3	Системы оплаты труда, формы, виды, особенности в маркетинговых отделах и организациях.	Применяемые системы оплаты труда: в зависимости от квалификации, стажа, по результатам деятельности, должностные оклады. Индивидуализация оплаты труда. Оплаты в форме «участие в доходах». Особенности оплаты труда работников маркетинговых подразделений и предприятий. Оплата в зависимости от размеров прибыли. Построение систем оплаты труда	Интерактивные дискуссии на занятиях лекционного типа: дискуссионные вопросы
4	Исследование и анализ мотивации персонала, построение программ исследования и анкет. Построение мотивационных карт маркетингового персонала на основе результатов исследований.	Определение мотивации на собеседовании при приеме на работу. Определение минимальной и средней зарплаты. Построение мотивационных карт и анализ типологии мотивации.	Интерактивные дискуссии на занятиях лекционного типа: дискуссионные вопросы
5	Результативность труда маркетингового персонала. Цели систем мотивации и стимулирования. Показатели эффективности труда маркетингового персонала. KPI.	Модель результативности труда маркетологов. Знания, способности, квалификация. Понятие и анализ показателей эффективности маркетингового персонала : доля рынка, объем продаж, издержки, рентабельность. Цели мотивации: увеличение доли рынка, объема продаж, продвижение отдельных видов продукции, повышение профессионального уровня.	Интерактивные дискуссии на занятиях лекционного типа: дискуссионные вопросы
6	Разработка систем мотивации и стимулирования труда для работников отдела маркетинга на основе результатов исследований и учета различных видов, факторов, методов мотивации.	Выполнение стандартов качества работы, мотивирование персонала, обеспечивающего увеличение доли рынка, снижение текучести кадров, поощрение лояльности «старых» сотрудников. Правильная постановка задач подчиненным для целей мотивации. Возможные варианты критериев оценки для мотивации. Система KPI. Цели предприятия и подразделений. Формирование показателей системы и параметров. Определение поощрительных выплат.	Интерактивные дискуссии на занятиях лекционного типа: дискуссионные вопросы

Примечание: защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Понятие, виды и теории мотивации. Материальная и нематериальная мотивация. Мотивация карьерой, мо-	Мотивы трудовой деятельности. Материальная и нематериальная мотивация. Моральная, организационная и другие виды мотивации	*Контрольные вопросы*

	ральная, организационная мотивация.		
2	Мотивация трудовой деятельности, виды систем и показателей стимулирования труда, особенности в маркетинговых отделах и организациях.	Структура систем стимулирования. Денежные и неденежные формы стимулирования труда. Системы премирования. Гибкие системы участия. Системы коллективного премирования. Стимулирование труда управленческого персонала и руководителей. Организационное стимулирование труда. Построение систем стимулирования	*Контрольные вопросы, индивидуальное задание*
3	Системы оплаты труда, формы, виды, особенности в маркетинговых отделах и организациях.	Применяемые системы оплаты труда: в зависимости от квалификации, стажа, по результатам деятельности, должностные оклады. Особенности оплаты труда работников маркетинговых подразделений и предприятий. Построение систем оплаты труда	*Контрольные вопросы, индивидуальное задание*
4	Исследование и анализ мотивации персонала, построение программ исследования и анкет. Построение мотивационных карт маркетингового персонала на основе результатов исследований.	Определение мотивации на собеседовании при приеме на работу. Определение минимальной и средней зарплаты. Построение мотивационных карт и анализ типологии мотивации.	*Контрольные вопросы*
5	Результативность труда маркетингового персонала. Цели систем мотивации и стимулирования. Показатели эффективности труда маркетингового персонала. KPI.	Модель результативности труда маркетологов. Понятие и анализ показателей эффективности маркетингового персонала. Цели мотивации.	*Контрольные вопросы, индивидуальное задание*
6	Разработка систем мотивации и стимулирования труда для работников отдела маркетинга на основе результатов исследований и учета различных видов, факторов, методов мотивации.	Выполнение стандартов качества работы. Правильная постановка задач подчиненным для целей мотивации. Возможные варианты критериев оценки для мотивации. Система KPI. Формирование показателей системы и параметров.	*Контрольные вопросы*

Примечание: расчетно-графическое задание (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы (проекты) 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	Понятие, виды и теории мотивации. Материальная и нематериальная мотивация.	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся.

	Мотивация карьерой, моральная, организационная мотивация.	Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Мотивация трудовой деятельности, виды систем и показателей стимулирования труда, особенности в маркетинговых отделах и организациях.	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Системы оплаты труда, формы, виды, особенности в маркетинговых отделах и организациях.	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Исследование и анализ мотивации персонала, построение программ исследования и анкет. Построение мотивационных карт маркетингового персонала на основе результатов исследований.	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
5	Результативность труда маркетингового персонала. Цели систем мотивации и стимулирования. Показатели эффективности труда маркетингового персонала. KPI.	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
6	Разработка систем мотивации и стимулирования труда для работников отдела маркетинга на основе результатов исследований и учета	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

	различных видов, факторов, методов мотивации.	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В преподавании курса используются современные образовательные технологии:

- интерактивные лекции с элементами дискуссии;

- исследовательские методы в обучении: индивидуальные задания по анализу систем оплаты и стимулирования труда, по формированию показателей эффективности маркетингового персонала для систем KPI;

- проблемное обучение.

В учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий. На этапе изучения с первого по восьмой раздел, которые носят в большей степени теоретический характер используются групповые и самостоятельные формы работы, направленные на осмысление сложных неструктурированных проблем предмета обучения, формирование собственной аргументированной позиции по проблемным аспектам изучаемой темы. Здесь используются такие образовательные технологии как: лекция с элементами дискуссии.

На лекции с элементами дискуссии осуществляется постановка и разрешение учебных проблем с различной степенью приобщения к этому обучающихся. Предусматривается следующее методическое обеспечение: перечень вопросов для обсуждения, контрольные вопросы. В сочетании с внеаудиторной работой они создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участников. Эти методы способствуют личностно-ориентированному подходу.

Последующие разделы для решения поставленных целей в рамках учебной дисциплины требуют использования методов обучения, направленных на формирование умений и навыков анализа применяемых систем оплаты и стимулирования труда, разработки показателей эффективности труда маркетологов для целей стимулирования. Для этого внедрены следующие образовательные технологии:

– проблемные занятия семинарского типа проводятся в форме совместного обсуждения систем оплаты и стимулирования труда и показателей эффективности труда маркетолога. Цель – обучить логическому и аналитическому мышлению, представлению систем стимулирования в виде набора параметров, показателей и пр., выявить как можно больше точек зрения и расширить горизонт мышления у обучающихся по решению проблем. Задачи преподавателя в этом случае: направлять дискуссию, задавать вопросы, предлагать пути решения, способствовать открытому обмену мнений.

− индивидуальные консультации. Индивидуальные консультации проводятся раз в неделю после учебных занятий посредством предметного диалога преподавателя с обучающимся по различным содержательным и организационным вопросам учебного модуля.

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

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

4.1Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

4.1.1. Вопросы для дискуссии в рамках занятий лекционного типа

Вопросы интерактивных дискуссий на занятиях лекционного типа по теме 1 **«** Понятие, виды и теории мотивации. Материальная и нематериальная мотивация. Мотивация карьерой, моральная, организационная мотивация»

1. Как вы понимаете материальную и нематериальную мотивацию персонала?
2. Что такое по вашему организационная мотивация персонала?
3. Как мотивировать персонал, если у предприятия ограничены средства?

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:
ПК-9 . знает: Современные системы и методы мотивирования и стимулирования персонала. Владеет навыками исследования мотивации в зависимости от специфики проблемы;

Критерии оценки:
«неудовлетворительно» - обучающийся затрудняется ответить на дискуссионные вопросы;
«удовлетворительно» - обучающийся имеет фрагментарные представления по дискуссионным вопросам;
«хорошо» - обучающийся демонстрирует знания по заявленному вопросу, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами;
«отлично» - обучающийся демонстрирует системные знания по вопросу, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами, формулирует обобщения и выводы.

4.1.2. Контрольные вопросы в рамках занятий семинарского типа

Контрольные вопросы по теме 3 «Системы оплаты труда, формы, виды, особенности в маркетинговых отделах и организациях»

1. Понятие и виды повременной системы оплаты труда
2. Понятие и виды сдельной системы оплаты труда: простая сдельная, сдельно-премиальная, сдельно-прогрессивная и др.
3. Бестарифные системы оплаты труда

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством: ПК-9 . знает Современные системы и методы мотивирования и стимулирования персонала.

Критерии оценки ответов:

Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по теме, доказательно раскрыты основные положения вопроса; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений.	«Отлично» – 5 баллов
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием современной терминологии. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные обучающимся с помощью преподавателя.	«Хорошо» – 4 балла
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	«Удовлетворительно» – 3 балла
Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося.	«Неудовлетворительно» – 2 балла

4.1.3. Индивидуальные задания в рамках занятий семинарского типа

4.1.3.1Исследование мотивов работника и построение мотивационного профиля «Мотивация трудовой деятельности»

Описание Зарубежный и отечественный опыт показал, что маркетолога стимулируют к хорошей работе следующие мотивы:

1. Престиж, удовольствие, удовлетворение.
2. Власть и влияние.
3. Присутствие элемента состязательности.
4. Возможность самореализации как личности.

5. Высокий жизненный уровень, обеспечиваемый оплатой труда.
6. Возможности для карьеры.
7. Самостоятельность.
8. Условия для реализации своих идей.
9. Интересная деятельность.
10. Продолжительный отпуск.
11. Короткий рабочий день.
12. Гибкий рабочий график.
13. Признание.
14. Здоровый рабочий климат.
15. Надежное рабочее место.
16. Хорошее обеспечение в старости.
17. Хороший стиль управления.
18. Хорошие санитарно-гигиенические условия труда.
19. Степень автоматизации труда.
20. Перспектива на получение жилья.
21. Сплоченный коллектив,
22. Спокойная работа с четко определенным кругом обязанностей.

Постановка задачи

1. Необходимо из 22 представленных мотивов выбрать 10, которые являются наиболее важными для менеджера.
2. Проранжировать выбранные 10 мотивов — определить их приоритетность.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если студент определил ранги своих мотивов и построил мотивационный профиль;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если студент не выполнил задание.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством: ПК-9 . знает Понятие исследования, методы, инструменты исследования мотивации, умеет: Применять различные методы исследования мотивации работников

4.1.3.2. Задание – написать эссе о формах, видах и методах оплаты труда на предприятии

Написать отчет по анализу системы оплаты труда в организации.

1. Описать показатели результативности труда маркетологов. Например, доля рынка, объем продаж, издержки, рентабельность.
2. Описать цели стимулирования и оплаты труда: увеличение доли рынка, объема продаж, продвижение отдельных видов продукции, повышение профессионального уровня, снижение текучести кадров, поощрение лояльности «старых» сотрудников.
3. Описать систему оплаты и стимулирования труда: форма, виды, методы.
4. Провести анализ трудовых показателей персонала.

4.1.3.3.Задание – написать эссе о формах, видах и методах мотивации, стимулирования на предприятии

Написать отчет по анализу системы мотивации в организации.

1. Выявить основные методы мотивации, категории персонала, к которым они применяются.
2. Описать виды материальной и нематериальной мотивации
3. Описать методы изучения мотивации в организации.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если студенту, если студент написал отчет, раскрыв все его элементы;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если студент не выполнил задание.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством: ПК-9 . знает Понятие исследования, методы, программу и инструменты исследования мотивации, умеет: Применять различные методы исследования мотивации работников и разрабатывать программу и инструменты исследования. Исследовать проблемы и оценивать новые возможности мотивации персонала, интерпретировать результаты исследований.

4.1.3.4.Задание – определение показателей эффективности труда маркетологов для систем KPI

Написать отчет по анализу показателей, за которые на предприятии платят стимулирующие выплаты, и предложить ваш вариант показателей, отражающих эффективность вашего труда как маркетолога

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если студент написал несколько показателей эффективности своего труда и обосновал их логически;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если студент не выполнил задание.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством: ПК-9 . знает Методы разработки систем стимулирования. Умеет: Исследовать и находить показатели и параметры систем стимулирования.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы для экзамена по дисциплине

1. Результативность труда персонала в маркетинге.
2. Цели системы мотивации и стимулирования.
3. Трудовые показатели
4. Модель результативности труда продавцов. Знания, способности, квалификация.
5. Показатели эффективности работы маркетологов: доля рынка, объем продаж, издержки, рентабельность.
6. Цели мотивации в маркетинге.
7. Правильная постановка задач подчиненным для целей мотивации.
8. Понятие и виды мотивации.
9. Мотивация карьерой,
10. Моральная мотивация,
11. Организационная мотивация.
12. Мотивы трудовой деятельности.
13. Связь мотивов с потребностями и стимулами.
14. Позитивная и негативная мотивация.
15. Материальная и нематериальная мотивация.
16. Мотивационные программы для работников отдела маркетинга на основе учета различных видов, факторов мотивации, методы мотивации.
17. Определение мотивации на собеседовании при приеме на работу.
18. Определение минимальной и средней зарплаты.
19. Построение мотивационного профиля и анализ типологии мотивации.
20. Построение систем стимулирования и оплаты труда
21. Структура системы стимулирования.
22. Денежные и неденежные формы стимулирования труда.
23. Системы премирования.
24. Гибкие системы участия.
25. Системы коллективного премирования. Стимулирование труда управленческого персонала и руководителей.
26. Практика материального стимулирования наиболее талантливых работников.
27. Организационное стимулирование труда.
28. Формы стимулирования инновационной деятельности персонала.
29. Виды стимулирования. Стимулы, не требующие инвестиций со стороны компании:
30. Стимулы, требующие инвестиций, распределяемые безадресно.
31. Стимулы, требующие инвестиций, распределяемые адресно.
32. Системы оплаты труда, методы мотивации, особенности в розничных сетях.
33. Применяемые системы оплаты труда: в зависимости от квалификации, стажа, по результатам деятельности, должностные оклады.
34. Индивидуализация оплаты труда.
35. Оплаты в форме «участие в доходах».
36. Особенности оплаты труда работников маркетинговых подразделений и предприятий. Оплата в зависимости от размеров прибыли.

Критерии оценки:

Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по теме, доказательно раскрыты основные положения вопроса; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений.	«Отлично»

Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием современной терминологии. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные обучающимся с помощью преподавателя.	«Хорошо»
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	«Удовлетворительно»
Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося.	«Не удовлетворительно»

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

5.1 Основная литература:

1. Мотивация, стимулирование и оплата труда: учебник / Е.В. Михалкина, Л.С. Скачкова, Е.П. Костенко и др. ; под общ. ред. Е.В. Михалкиной ; - Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2017. - 337 с. : схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2256-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493245 (30.09.2018).
2. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебное пособие : учебное пособие / А.Н. Байдаков, Л.И. Черникова, О.С. Звягинцева и др. - Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. - 115 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484917 (30.09.2018).
3. Мотивация трудовой деятельности персонала: Учебное пособие для студентов вузов/ Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 312 с. // http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=881197
4. Соломанидина, Т.О. Мотивация трудовой деятельности персонала: учебное пособие / Т.О. Соломанидина, В.Г. Соломанидин. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 312 с. : табл., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01609-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115175 (30.09.2018).
5. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: Учебник / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева, Е.А. Митрофанова, М.В. Ловчева; Под ред. А.Я. Кибанова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 524 с.// http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=472457

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах КубГУ:

5.2.Дополнительная литература:

1. Соломанидина, Т. О. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. О. Соломанидина, В. Г. Соломанидин. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 323 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01100-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/71208252-F3D2-4EFD-96C8-7F68760B2BEE
2. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Родионова, В. И. Доминяк, Г. Жушман, М. А. Экземпляров. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 279 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01566-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C388AAAB-09F1-4306-ACC2-BC2BE8A6D2B3.
3. Литвинюк, А. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика : учебник для бакалавров / А. А. Литвинюк. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 398 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3610-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/56C5D0AF-88DD-45E4-BA85-B10CE85587F7
4. Пряжников, Н. С. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. С. Пряжников. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 365 с. — (Серия : Бака-

лавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00497-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/78AC3C37-A44E-4976-875E-A4C27178463D
5. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: Учебное пособие / А.П. Егоршин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 378 с.: // http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=373061

5.3. Периодические издания:

1. Управление персоналом // http://www.top-personal.ru
2. Человек и труд

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

1. Управление персоналом // http://www.top-personal.ru
2. HR-портал // http://www.hr-portal.ru
3. «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).

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 аргументировано 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.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, акцентируется внимание на актуальные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Лекции излагаются в виде теоретического изложения материала с использованием интерактивных дискуссий.

На основе лекционного материала, изучения основной и дополнительной научной литературы обучающиеся продолжают изучение дисциплины на практических занятиях. Практические занятия являются формой учебной аудиторной работы, в рамках которой формируются, закрепляются и представляются обучающимися знания, умения и навыки, интегрирующие результаты освоения компетенций как в лекционном формате, так в различных формах самостоятельной работы. К занятиям преподавателем формулируются практические задания в виде вопросов на семинар, тем индивидуальных заданий, требования и методические рекомендации к их выполнению, которые представляются в фонде оценочных средств учебной дисциплины.

Целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала и проверка выполнения заданий. При проведении практических занятий участники отвечают на вопросы преподавателя, готовят эссе, индивидуальные задания по формированию показателей стимулирования маркетолога на проверку и представляют их, а также при готовности представляют их. В ходе самоподготовки к участию в дискуссиях обучающийся осуществляет сбор и обработку материалов по тематике его индивидуального исследования, используя при этом открытые источники информации (публикации в научных изданиях, аналитические материалы, ресурсы сети Интернет и т.п.), а также практический опыт и доступные материалы объекта исследования.

Самостоятельная работа слушателей по дисциплине «Мотивация и стимулирование маркетингового персонала» проводится с целью закрепления и систематизации теоретических знаний, формирования у обучающихся навыков по их применению при решении исследовательских задач в выбранной предметной области и формированию навыков представления результатов исследования. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы по темам дисциплины и по темам индивидуального исследования; выполнение домашних заданий; подготовку индивидуальных заданий; самоподготовку к участию в обсуждениях.

Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на занятиях семинарского типа. Это текущий опрос, проверка выполненных заданий.

Участие в проводимых формах контроля в течение семестра является обязательным для всех обучающихся. Результаты данного контроля – составная часть оценки знаний студента в ходе итогового зачета. Задания для индивидуальной работы выполняются обучающимся в письменном виде. Работа должна носить самостоятельный, творческий характер. При ее оценке преподаватель оценивает содержание, обоснован-

ность и оригинальность, доказательность выводов, логику изложения и анализа систем мотивации и стимулирования показателей эффективности труда маркетолога. В процессе работы над заданием закрепляются и расширяются знания по различным вопросам экономики и менеджмента и приобретаются навыки практической работы в области оплаты и стимулирования труда и представления результатов исследования отчетов по заданиям.

Для выполнения задания необходимо изучить соответствующую экономическую литературу, рекомендуемую по каждой теме учебной дисциплины. При этом здесь очень важно, чтобы выбранные публикации соответствовали исследуемой теме и напрямую были связаны с поиском идей, механизмов, подходов или решений.

В письменной работе по теме задания студент должен полно и всесторонне рассмотреть все аспекты темы, четко сформулировать и аргументировать свою позицию.

В конце семестра проводится промежуточный контроль по итогам освоения дисциплины в форме экзамен. Описание заданий для самостоятельной работы обучающихся и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

Обучающийся может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции в своей практической деятельности при выполнении следующих условий:

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

2) добросовестное выполнение заданий преподавателя на занятиях семинарского типа;

3) выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности менеджера;

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

Критерии оценки заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся 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.

Использование мультимедийных презентаций при представлении результатов заданий студентами на практических занятиях, использование Интернет-технологий при подготовке обучающимися моделей дерева целей и общение с преподавателем по электронной почте.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для подготовки и демонстрации презентационных материалов используется пакет программа PowerPoint Microsoft Office, ОС Microsoft Windows 10 с выходом в Интернет.

8.3Перечень информационных справочных систем:

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru)

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office 2016). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
2.	Занятия семинарского типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office 2016). Ауд., 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
3.	Лабораторные занятия	Лаборатории, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения Ауд. 201Н, 202Н, 203Н, А203Н, 205А
4.	Групповые и индивиду-	Кафедра мировой экономики и менеджмента (236)

	альные консультации	
5.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office 2016). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5043Л, 5045Л, 5046Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
6.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд.213А, 218А, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на рабочую программу «Мотивация и стимулирование маркетингового персонала» для направления магистратуры «Менеджмент: маркетинг»

Российские предприятия должны использовать современный методы и виды мотивации и стимулирования маркетингового персонала, как работников, обеспечивающих сбыт предприятия. Есть новые подходы и системы, связанные с результативностью компании. Многие предприятия вырабатывают свою стратегию в области оплаты и стимулирования труда маркетологов от важности должностей, от стратегии бизнеса и результатов труда. От того насколько учитывается при принятии решений мотивационный механизм в конечном счете зависит успех организации

Подготовленная рабочая программа соответствует всем критериям ФГОС ВО, которые предъявляются к дисциплине. Автором рабочей программы подготовлены методические материалы по мотивации и стимулированию персонала. Рабочая программа «Мотивация и стимулирование маркетингового персонала» соответствует всем требованиям по формированию компетенций и практических навыков магистра направления «Менеджмент», имеет различные задания для работы студентов, отражающие практическую направленность, критерии контроля знаний, задания для самостоятельной работы, обеспечена имеющейся в библиотеке КубГУ учебно-методической литературой и рекомендуется для использования в учебном процессе.

Зам. директора ООО ПКФ «Рубин» Васюхно Е.М.

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу «Мотивация и стимулирование маркетингового персонала» для направлений магистратуры «Менеджмент: маркетинг»

Мотивация и оплата труда – актуальный вопрос предприятия. От системы мотивации зависит производительность труда и эффективность работы предприятия. Важны привязка стимулирующих выплат и зарплаты в целом к результату предприятия. Особенно актуальна мотивация в специфической области маркетинга от которой зависит как рынок сбыта и выбранный потребитель, так и конечные продажи продукции. В маркетинге особые показатели и системы стимулирования труда. Незаменимым инструментом практики становится мотивационный профиль, системы стимулирования, связанные с прибылью и показателями работы подразделений, система грейдирования. В маркетинге сложилась определенная система оплаты труда, но нужно использовать современный опыт, в том числе зарубежный.

Подготовленная рабочая программа соответствует всем критериям ФГОС ВО, которые предъявляются к дисциплине. Автором рабочей программы подготовлены материалы по формированию компетенций в области мотивации и стимулирования маркетингового персонала: анализ системы оплаты труда на основе эссе, вопросы, различные творческие задания. Рабочая программа «Мотивация и стимулирование маркетингового персонала» соответствует всем требованиям по формированию компетенций для магистра направления «Менеджмент», имеет различный методический инструментарий для работы преподавателя и студента, критерии контроля знаний, задания для самостоятельной работы, обеспечена имеющейся в библиотеке КубГУ учебно-методической литературой и рекомендуется для использования в учебном процессе.

Канд. экон. наук,
доцент кафедры экономики
предприятия, регионального
и кадрового менеджмента

Дедкова И.Ф.