

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет экономический

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Т.А. Хагуров
2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.13 «МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ ТРУДА»

Направление подготовки 38.04.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) Стратегическое управление персоналом

Форма обучения очная, заочная

Квалификация магистр

Краснодар 2023

Рабочая программа дисциплины Б1.В.13 Маркетинг на рынке труда
составлена в соответствии с федеральным государственным
образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по
направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, профиль
Стратегическое управление персоналом

код и наименование направления подготовки

Программу составил:

Карслиев И.А., доцент кафедры ЭПРиКМ, к.э.н.

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



подпись

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг на рынке труда»
утверждена на заседании кафедры Экономики предприятия,
регионального и кадрового менеджмента
протокол № 5 «07» марта 2023г.

Заведующий кафедрой Вукович Г.Г.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии
экономического факультета
протокол № 8 «19» мая 2023г.

Председатель УМК факультета Дробышевская Л.Н.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Прокопчук Г.В., начальник отдела труда и заработной
платы ФЛ «Краснодарское бурение» ООО «Газпром
бурение»

Листопад М.Е., доктор экономических наук, профессор
кафедры мировой экономики и менеджмента
Кубанского государственного университета

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины - формирование у обучающихся системных знаний по вопросам сущности маркетинга и технологии маркетинга на рынке труда.

1.2 Задачи дисциплины:

- овладение методологией операционного управления персоналом и подразделением организации;
- формирование способности к операционному управлению персоналом и структурным подразделением;
- овладение методологией стратегического управления персоналом организации;
- формирование способности к стратегическому управлению персоналом организации.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг на рынке труда» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Для ее изучения студенты должны иметь базовые знания по «Методы принятия организационно-управленческих решений», «Кадровая политика организации» в объеме соответствующих ОПОП подготовки магистров по направлению «Управление персоналом». Дисциплина «Маркетинг на рынке труда» является предшествующей в соответствии с учебным планом для таких дисциплин, как: «Стратегическое управление персоналом на основе компетентностного подхода», «Кадровый контроллинг и аудит системы управления персоналом».

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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен осуществлять операционное управление персоналом и подразделением организации	
ИПК-2.1 Обладает методологией операционного управления персоналом и подразделением организации	Знает: <ul style="list-style-type: none">- современные технологии управления персоналом;- стратегии привлечения персонала для повышения трудового потенциала организации, имиджа организации; Умеет: <ul style="list-style-type: none">- проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации;- разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала, четко формулировать цели и задачи бенчмаркинг-исследования; Владеет: <ul style="list-style-type: none">- навыками анализа конкурентоспособности, стратегии организации в области подбора и привлечения персонала;- методами и инструментами для исследования поведения персонала;
ИПК-2.2. Демонстрирует способность к операционному управлению персоналом и структурным подразделением	Знает: <ul style="list-style-type: none">- современные технологии управления персоналом;- стратегии привлечения персонала для повышения трудового потенциала организации, имиджа организации; Умеет: <ul style="list-style-type: none">- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы, оценивать их влияние на персонал организации;- анализировать потребности в персонале организации и составлять программы подбора и отбора персонала с использованием маркетинговых технологий;

	Владеет: - навыками оценки внутренних ресурсов и способностей персонала, - методами и инструментами для исследования поведения персонала;
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое управление персоналом организации	
ИПК-3.1 Обладает методологией стратегического управления персоналом организации	Знает: - методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; - особенности социологии, психологии и экономики труда Умеет: - вести переговоры по вопросам социального партнерства с представительными органами работников; - применять способы из социологии, психологии и экономики труда Владеет: - анализом успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений; - разработкой организационной структуры, планированием потребности в персонале организации
ИПК-3.2 Демонстрирует способность к стратегическому управлению персоналом организации	Знает: - методики планирования и прогнозирования потребности в персонале; - теории и методы формирования бренда организации Умеет: - работать с информационными системами и базами данных по вопросам управления персоналом; - формировать и проводить социальную политику и социальные программы Владеет: - анализом успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений; - разработкой организационной структуры, планированием потребности в персонале организации

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения		
		очная		заочная
		3 семестр (часы)	X семестр (часы)	2 Курс (часы)
Контактная работа, в том числе:		24,2		12,2
Аудиторные занятия (всего):		24		12
занятия лекционного типа		6		4
лабораторные занятия				
практические занятия		18		8
семинарские занятия				

Иная контактная работа:				
Контроль самостоятельной работы (КСР)				
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:			83,8	92
Вопросы для обсуждения (подготовка)			10	10
Реферат/ эссе (подготовка)			10	10
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам ит.д.)			63,8	72
Контроль:			-	3,8
Подготовка к зачету			-	3,8
Общая трудоемкость	час.		108	108
	в том числе контактная работа		24,2	12,2
	зач. ед		3	3

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3семестре (курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Маркетинг на рынке труда: подходы к определению, принципы, уровни и виды	16,8	1	2		13,8
2.	Эволюция маркетинга на рынке труда	19	1	4		14
3.	Функции маркетинга на рынке труда	17	1	2		14
4.	Технология маркетинга на рынке труда	19	1	4		14
5.	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга на рынке труда	17	1	2		14
6.	Влияние на организацию социальной политики государства	19	1	4		14
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	107,8	6	18		83,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

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

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3семестре (курсе) (*заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Маркетинг на рынке труда: подходы к определению, принципы, уровни и виды	16	1	1		14
2.	Эволюция маркетинга на рынке труда	16	1	1		14
3.	Функции маркетинга на рынке труда	18	1	1		16
4.	Технология маркетинга на рынке труда	18	1	1		16

5.	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга на рынке труда	18		2		16
6.	Влияние на организацию социальной политики государства	18		2		16
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	4	8		92
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

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.	Маркетинг на рынке труда: подходы к определению, принципы, уровни и виды	Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга на рынке труда. Уровни маркетинга на рынке труда: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг на рынке труда. Персонал-маркетинг - микс: модели, средства, стратегии управления персоналом	Устный опрос
2.	Эволюция маркетинга на рынке труда	Этапы развития маркетинга на рынке труда. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала: Д. Белл; Г. Штрютц; Р.Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В.Фрелинхоми, К.Зитценшток. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова	Устный опрос
3.	Функции маркетинга на рынке труда	Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга на рынке труда. Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции	Устный опрос
4.	Технология маркетинга на рынке труда	Определение качественной и количественной потребности в персонале. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда. Анализ и поиск активных партнеров. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует данная организация.	Устный опрос

5.	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга на рынке труда	Разработка программы маркетинга персонала. Критерии и показатели эффективности маркетинга персонала в организации. Аналитический инструментарий деятельности менеджера по персоналу. Организация исследований на рынке труда.	Устный опрос
6.	Влияние на организацию социальной политики государства	Система социального партнерства за рубежом и ее основные модели. Организация управления социальным развитием на предприятиях в условиях различных форм собственности. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях России. Духовно-нравственные и социокультурные ценности общества и их связь с социальной работой	Устный опрос

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Маркетинг на рынке труда: подходы к определению, принципы, уровни и виды	Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга на рынке труда. Уровни маркетинга на рынке труда: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг на рынке труда. Персонал-маркетинг - микс: модели, средства, стратегии управления персоналом	Рефераты (Р), контрольные вопросы
2.	Эволюция маркетинга на рынке труда	Этапы развития маркетинга на рынке труда. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала: Д. Белл; Г. Штрутц; Р. Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В. Фрелинхоми, К. Зитценшток. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова	Рефераты (Р), контрольные вопросы
3.	Функции маркетинга на рынке труда	Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга на рынке труда. Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции	Рефераты (Р), контрольные вопросы
4.	Технология маркетинга на рынке труда	Определение качественной и количественной потребности в персонале. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда. Анализ и поиск активных партнеров. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует данная организация.	Рефераты (Р), контрольные вопросы
5.	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга на рынке труда	Разработка программы маркетинга персонала. Критерии и показатели эффективности маркетинга персонала в организации. Аналитический инструментарий деятельности менеджера по персоналу. Организация исследований на рынке труда.	Рефераты (Р), контрольные вопросы

6.	Влияние на организацию социальной политики государства	Система социального партнерства за рубежом и ее основные модели. Организация управления социальным развитием на предприятиях в условиях различных форм собственности. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях России. Духовно-нравственные и социокультурные ценности общества и их связь с социальной работой	Рефераты (Р), контрольные вопросы
----	--	--	-----------------------------------

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.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа не предусмотрена.

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	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. 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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке

Брайля. 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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение,

модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Маркетинг на рынке труда».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме вопросов для обсуждения м рефератов и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п.1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п.1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-2.1 Обладает методологией операционного управления персоналом и подразделением организации	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные технологии управления персоналом; - стратегии привлечения персонала для повышения трудового потенциала организации, имиджа организации; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации; - разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала, четко формулировать цели и задачи бенчмаркингowego исследования; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа конкурентоспособности, стратегии организации в области подбора и привлечения персонала; - методами и инструментами для исследования поведения персонала; 	Вопросы для обсуждения Реферат	Вопросы на зачете

2	ИПК-2.2. Демонстрирует способность к операционному управлению персоналом и структурным подразделением	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные технологии управления персоналом; - стратегии привлечения персонала для повышения трудового потенциала организации, имиджа организации <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы, оценивать их влияние на персонал организации; - анализировать потребности в персонале организации и составлять программы подбора и отбора персонала с использованием маркетинговых технологий; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки внутренних ресурсов и способностей персонала, - методами и инструментами для исследования поведения персонала 	Вопросы для обсуждения Реферат	Вопросы на зачете
3	ИПК-3.1 Обладает методологией стратегического управления персоналом организации	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; - особенности социологии, психологии и экономики труда <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вести переговоры по вопросам социального партнерства с представительными органами работников; - применять способы из социологии, психологии и экономики труда <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализом успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений; - разработкой организационной структуры, планированием потребности в персонале организации 	Вопросы для обсуждения Реферат	Вопросы на зачете
4	ИПК-3.2 Демонстрирует способность к стратегическому управлению персоналом организации	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики планирования и прогнозирования потребности в персонале; - теории и методы формирования бренда организации <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с информационными системами и базами данных по вопросам управления персоналом; - формировать и проводить социальную политику и социальные программы <p>Владеет:</p>	Вопросы для обсуждения Реферат	Вопросы на зачете

		<p>- анализом успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений;</p> <p>- разработкой организационной структуры, планированием потребности в персонале организации</p>		
--	--	--	--	--

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень вопросов для обсуждения

1. Маркетинг: подходы к определению.
2. Принципы маркетинга на рынке труда.
3. Уровни маркетинга на рынке труда: стратегический и оперативный.
4. Внешний и внутренний маркетинг на рынке труда.
5. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом.
6. Этапы развития маркетинга на рынке труда.
7. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом.
8. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала.
9. Российская теория маркетинга на рынке труда.
10. Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала.
11. Подход Ф.Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля.
12. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции.
13. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции.
14. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции.
15. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
16. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
17. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.
18. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда.
19. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.
20. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует данная организация.
21. Разработка программы маркетинга на рынке труда.
22. Критерии и показатели эффективности маркетинга на рынке труда в организации.
23. Аналитический инструментарий деятельности менеджера по персоналу.
24. Организация исследований на рынке труда.
25. Система социального партнерства за рубежом и ее основные модели.
26. Организация управления социальным развитием на предприятиях в условиях различных форм собственности.
27. Эффективность управления социальными процессами на предприятиях России.
28. Духовно-нравственные и социокультурные ценности общества и их связь с социальной работой.

Примерные темы рефератов (презентаций)

1. Маркетинговая концепция управления персоналом.

2. Маркетинг персонала в сфере услуг как вид управленческой деятельности.
3. Научные основы маркетинга персонала.
4. Технология маркетинга персонала.
5. Подсистема планирования и маркетинга персонала в управлении персоналом.
6. Функции маркетинга персонала.
7. Источники и пути покрытия потребности организации в персонале.
8. Методы прогнозирования потребности в персонале.
9. Маркетинговый подход к развитию кадрового потенциала организации.
10. Организация маркетинга персонала на предприятии.
11. Оценка эффективности деятельности организации – работодателя на рынке труда.
12. Тестирование персонал-маркетинга организации.
13. Изучение требований работников и кандидатов к рабочим местам.
14. Анализ конкурентов на рынке труда.
15. Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий для формирования кадровой политики организации.
16. Организационно-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий в системе управления персоналом организации.
17. Разработка плана маркетинга персонала.
18. Разработка программы кадрового аудита.
19. Разработка кадровой политики организации.
20. Разработка функциональной стратегии в системе управления персоналом.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Сущность маркетинга на рынке труда.
2. Роль, значение, цели и условия для маркетинга на рынке труда.
3. Современные концепции маркетинга на рынке труда.
4. Маркетинговое управление персоналом.
5. Функции макро- и микромаркетинга в сфере занятости.
6. Информационная функция маркетинга труда.
7. Коммуникативная функция маркетинга.
8. Ценовая функция маркетинга.
9. Планирование как функция маркетинга.
10. Прогнозирование и программирование как функции макромаркетинга рынка труда.
11. Конкурентоспособность товара «рабочая сила».
12. Жизненный цикл товара «рабочая сила».
13. Маркетинговые исследования рынка труда.
14. Кадровый аудит в маркетинге на рынке труда.
15. Критерии сегментирования рыночного пространства.
16. Требования к персоналу и определение потребности в нем.
17. Позиционирование товара «рабочая сила».
18. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
19. Формы временного привлечения персонала.
20. Материальное стимулирование. «Золотой парашют».
21. Аутплейсмент или мягкое увольнение.
22. Имидж организации как работодателя. Внутренний маркетинг.
23. Управление маркетингом рабочей силы.
24. Социально-экономическая эффективность маркетинга на рынке труда.
25. Цифровые и автоматизированные технологии, применяемые при анализе маркетинга на рынке труда.

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»: студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, знает современные технологии управления персоналом, стратегии привлечения персонала для повышения трудового потенциала организации, имиджа организации; студент умеет проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации; разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала, четко формулировать цели и задачи бенчмаркингвого исследования; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы, оценивать их влияние на персонал организации; анализировать потребности в персонале организации и составлять программы подбора и отбора персонала с использованием маркетинговых технологий.

Зачет по дисциплине получают студенты, имеющие положительные оценки по текущему контролю по дисциплине и выполнившие полностью все виды работ, предусмотренные в данном семестре.

«не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры из практики деятельности предприятий малого бизнеса, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Студенты, имеющие неудовлетворительные оценки по текущему контролю или не сдавшие отчеты по выполненным практическим работам, должны ликвидировать указанные задолженности прежде, чем они будут допущены к процедуре приема зачета.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выносятся 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 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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

Учебная литература

1. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник / Патласов О. Ю. - 2-е изд., стер. - Москва : Дашков и К°, 2020. - 382 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091509> (дата обращения: 11.01.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03584-5. - Текст : электронный.

2. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации : учебник / Кибанов А. Я. Баткаева И. А. Ивановская Л. В. ; под ред. А.Я.Кибанова. - 4-е изд., доп. и перераб. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 695 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1372570> (дата обращения: 28.04.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-

003671-7. - Текст : электронный.

3. Одегов, Ю. Г. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 467 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/488798> (дата обращения: 20.04.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9916-8710-2. - Текст : электронный.

Периодическая литература

1. Журнал «Менеджмент в России и зарубежом»;
2. Журнал «Управление компанией»;
3. Журнал «Управление персоналом»;
4. Журнал «Менеджмент сегодня»;
5. Журнал «Эксперт»;
6. Журнал «Экономические стратегии»;
7. Журнал «Российский экономический журнал»;
8. Журнал «Менеджмент и управление»;
9. Журнал «Экономист».

Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы
Электронно-библиотечные системы(ЭБС):

1. ЭБС«ЮРАЙТ»<https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН»www.biblioclub.ru
3. ЭБС«BOOK.ru»<https://www.book.ru>
4. ЭБС«ZNANIUM.COM»www.znanium.com
5. ЭБС«ЛАНЬ»<https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Научная электронная библиотека (НЭБ)<http://www.elibrary.ru/>
2. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки(РГБ)<https://rusneb.ru/>
3. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина<https://www.prlib.ru/>
4. "Лекториум ТВ"<http://www.lektorium.tv/>
5. Университетская информационная система РОССИЯ<http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка(<http://cyberleninka.ru/>);
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации<https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал "Российское образование"<http://www.edu.ru/>;
4. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"<http://window.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов<http://school-collection.edu.ru/>.
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов(<http://fcior.edu.ru/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина" Образование на русском"<https://pushkininstitute.ru/>;
8. Справочно-информационный портал "Русский язык"<http://gramota.ru/>;
9. Служба тематических толковых словарей<http://www.glossary.ru/>;
10. Словари и энциклопедии<http://dic.academic.ru/>;
11. Образовательный портал "Учеба"<http://www.ucheba.com/>;

12. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

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

Формы организации самостоятельной работы студентов разнообразны. Они включают в себя:

– изучение и систематизацию официальных государственных документов–законов, постановлений, указов, нормативно-инструкционных и справочных материалов с использованием информационно-поисковых систем "Консультант-плюс", "Гарант", глобальной сети "Интернет";

– изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;

– участие в работе студенческих конференций, комплексных научных исследованиях. Основными видами самостоятельной работы без участия преподавателя являются:

– формирование и усвоение содержания разделов изучаемой дисциплины на базе рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

– подготовка к практическим занятиям, их оформление;

– выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплины и т.д.

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.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории, кабинеты и лаборатории, оснащенные необходимым специализированным и лабораторным оборудованием.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного Программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8,10, Microsoft Office Professional Plus
---	---	---

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А,218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus