

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

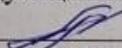
Кафедра «Государственное, муниципальное и корпоративное управление»

«СОГЛАСОВАНО»

Декан ИЭФ

 / О.Ю. Горбова/
26 июня 2020 г.

Заведующий кафедрой ГМКУ

 / С.В. Перфильев /
26 июня 2020 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по РГОиМД

 / А.В. Корячко /
26 июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 «Маркетинг персонала»

Направление подготовки
38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) подготовки
Управление персоналом

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Рязань 2020

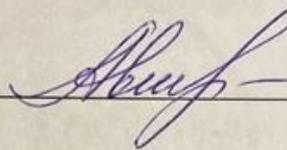
ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России №1461 от 14.12.2015 г. (ред. от 20.04.2016 г.).

Разработчик:

доцент

кафедры ГМКУ, к.пед.н.

 / С.В. Авилкина /

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры 13 мая 2020 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой ГМКУ

 / С.В. Перфильев /

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг персонала» является составной частью основной профессиональной образовательной программы «Производственный менеджмент» в рамках направления подготовки бакалавров 38.03.03 Управление персоналом (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Минобрнауки России от 14.12.2015 г. №1461.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов знаний, умений и навыков применения маркетинговых концепций и технологий в стратегической кадровой политике организации.

Основные **задачи** дисциплины:

- сформировать представление об основах маркетинга персонала;
 - сформировать знания об основных элементах кадрового планирования организации;
 - сформировать знания об основах найма персонала; об основах оценки персонала при найме;
- об основы разработки и внедрения требований к должностям,
- сформировать знания критериев подбора и расстановки персонала;
 - сформировать умения разрабатывать и планировать реализацию стратегии привлечения персонала;
 - сформировать умения разрабатывать и внедрять программы и процедуры подбора и отбора персонала;
 - сформировать навыки планирования потребностей в персонале;
 - сформировать навыки подбора и отбора персонала;
 - сформировать навыки деловой оценки при найме персонала.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование профессиональных компетенций:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2	знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Знать: теоретические основы маркетинга персонала; основные элементы кадрового планирования организации. Уметь: разрабатывать и планировать реализацию стратегии привлечения персонала. Владеть: методами расчета потребности персонала в организации.
ПК-3	знание основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике	Знать: теоретические основы найма персонала; теоретические основы оценки персонала при найме; основы разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала. Уметь: разрабатывать и внедрять программы и процедуры подбора и отбора персонала. Владеть: методами подбора и отбора персонала; методами деловой оценки при найме персонала.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Маркетинг персонала» реализуется в рамках вариативной части профессиональных дисциплин ОПОП ВО в 5 семестре для очной формы обучения.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате изучения следующих дисциплин: «Основы маркетинга».

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Маркетинг персонала», логически связаны с дисциплинами, изучаемыми студентами параллельно, например: «Основы кадровой политики и кадрового планирования».

Материал дисциплины формирует основы для освоения таких дисциплин как, «Управление персоналом организации», «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности», «Организация и нормирование труда» а также практик и выпускной квалификационной работы.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц (ЗЕ) = 108 академических часов.

Вид учебной работы	Всего часов
	Очная форма
Общая трудоемкость дисциплины, в том числе:	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе:	48
Лекции	24
Практические занятия	24
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	60
подготовка к промежуточной аттестации и консультации	45
иные виды самостоятельной работы	15
Вид промежуточной аттестации обучающегося	экзамен

. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Основы маркетинга персонала.

Подходы к пониманию маркетинга персонала. История становления маркетинга персонала. Задачи маркетинга персонала. Принципы маркетинга персонала. Внешний маркетинг персонала. Внутренний маркетинг персонала. Функции маркетинга персонала. Концепция «7Р». Среда маркетинга организации.

Тема 2. Организация маркетинга персонала.

Место маркетинга персонала в кадровой политике организации. Стратегии привлечения персонала. Имидж организации как работодателя. Основы найма персонала. Понятие подбора персонала (рекрутинга). Источники и пути покрытия потребности в персонале. Внешние источники. Внутренние источники. Методы отбора персонала. Технологии проведения мероприятий по отбору персонала. Разработка и внедрение программ и процедур подбора и отбора персонала. Основы кадрового планирования. Качественная потребность в персонале. Количественная потребность в персонале. Методы расчета потребности в персонале. Планирование расходов на персонал.

Тема 3. Управление маркетингом персонала.

Основы подбора и расстановки персонала. Разработка и внедрение требований к должностям. Определение компетенций для отбора персонала. Квалификационные требования. Квалификационные карты. Должностные инструкции. Деловая оценка персонала. Задачи деловой оценки персонала. Принципы деловой оценки персонала. Виды деловой оценки персонала. Уровни деловой оценки персонала. Методы деловой оценки персонала при найме.

Тема 4. Эффективность маркетинга персонала.

Определение эффективности мероприятий маркетинга персонала. Методики оценки эффективности маркетинга персонала. Клиентоориентированность как показатель эффективности маркетинга персонала.

**4.2. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий
(в академических часах)**

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Общая трудоемкость, всего часов	Контактная работа обучающихся с преподавателем				Самостоятельная работа обучающихся
			всего	лекции	практические занятия	другие виды	
1	2	3	4	5	6	7	8
○	Тема 1. Основы маркетинга персонала	26	12	6	6	-	14
○	Тема 2. Организация маркетинга персонала	28	12	6	6	-	16
○	Тема 3. Управление маркетингом персонала	28	12	6	6	-	16
○	Тема 4. Эффективность маркетинга персонала	26	12	6	6	-	14
	Всего	108	48	24	24	-	60

4.3 Виды практических и самостоятельных работ

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Виды занятий	Содержание	Часы
1	Тема 1. Основы маркетинга персонала	СР	Изучение конспекта лекций Изучение основной и дополнительной литературы Подготовка к практическим занятиям	14
		ПР	Выполнение заданий и ответы на контрольные вопросы	6
2	Тема 2. Организация маркетинга персонала	СР	Изучение конспекта лекций Изучение основной и дополнительной литературы Подготовка к практическим занятиям	16
		ПР	Выполнение заданий и ответы на контрольные вопросы	6
3	Тема 3. Управление маркетингом персонала	СР	Изучение конспекта лекций Изучение основной и дополнительной литературы Подготовка к практическим занятиям	16
		ПР	Выполнение заданий и ответы на контрольные вопросы	6
4	Тема 4. Эффективность маркетинга персонала	СР	Подготовка к практическим занятиям	14
		ПР	Выполнение заданий и ответы на контрольные вопросы	6

* СР – самостоятельная работа, ПР – практические занятия

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Зарецкая Е.В. Маркетинг [Электронный ресурс] : методические рекомендации по выполнению практических работ / Е.В. Зарецкая. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московская государственная академия водного транспорта, 2014. — 64 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47937.html>
2. Калюгина С.Н. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : практикум / С.Н. Калюгина, И.П. Савченко, О.А. Мухорьянова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 127 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66048.html>
3. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс] : практикум / И.Л. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — 978-985-06-1865-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20086.html>
4. Методическое обеспечение дисциплины (см. документ «Методическое обеспечение по дисциплине «Маркетинг персонала»).

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Фонд оценочных средств приведен в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ «Оценочные материалы по дисциплине «Маркетинг персонала»).

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная учебная литература:

1. Калюгина С.Н. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : практикум / С.Н. Калюгина, И.П. Савченко, О.А. Мухорьянова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 127 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66048.html>
2. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс] : практикум / И.Л. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — 978-985-06-1865-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20086.html>

б) дополнительная учебная литература:

1. Жариков Г.А. Маркетинг и его особенности в России [Электронный ресурс] : монография / Г.А. Жариков, С.К. Становкин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Прометей, 2014. — 140 с. — 978-5-7042-2528-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30406.html>
2. Зарецкая Е.В. Маркетинг [Электронный ресурс] : методические рекомендации по выполнению практических работ / Е.В. Зарецкая. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московская государственная академия водного транспорта, 2014. — 64 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47937.html>
3. Маркетинг [Электронный ресурс] : практикум / . — Электрон. текстовые данные. — Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, 2013. — 89 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56015.html>
4. Чарльз Д. Шив Курс МВА по маркетингу [Электронный ресурс] / Д.Шив Чарльз, Уотсон-Хайэм Александр. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2015. — 720 с. — 978-5-9614-1603-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34784.html>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Министерство труда и социальной защиты РФ: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosmintrud.ru/>;
2. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://gks.ru/>;
3. Национальный совет при Президенте РФ по профессиональным квалификациям: [Электронный ресурс]. – URL: <http://nspkrf.ru/>
4. HR-Portal: [Электронный ресурс]. – URL: <http://hr-portal.ru/>

Обучающимся предоставлена возможность индивидуального доступа к следующим электронно-библиотечным системам:

– Электронно-библиотечная система «IPRbooks», режим доступа – с любого компьютера РГРТУ без пароля, из сети интернет по паролю. – URL: <https://iprbookshop.ru/>.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого для изучения дисциплины

Рекомендуется следующим образом организовать время, необходимое для изучения дисциплины:

Изучение конспекта лекции в тот же день, после лекции – 10-15 минут.

Изучение конспекта лекции за день перед следующей лекцией – 10-15 минут.

Изучение теоретического материала по учебнику и конспекту – 1 час в неделю.

9.2 Описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»)

Для оптимальной организации работ по изучению дисциплины обучающимся следует придерживаться следующих рекомендаций:

- 1) для освоения курса рекомендуется предварительно ознакомиться с литературой по теме предстоящего занятия, чтобы с пониманием относиться к лекционным занятиям;
- 2) написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины;
- 3) подготовка к практическим занятиям: необходимо изучить рекомендованные преподавателем источники (основную и дополнительную литературу, интернет-ресурсы) и выполнить подготовительные задания. Если обучающийся хочет рассмотреть вопрос, не входящий в план практического занятия, то он должен согласовать это с преподавателем;

Изучение дисциплины предполагает значительный объем самостоятельной работы. Она включает в себя не только подготовку к практическим и лекционным занятиям, но и самоконтроль. Самостоятельный контроль знаний должен проводиться регулярно с помощью вопросов к лекциям, проверки знания основных терминов. В течение недели необходимо выбрать время для работы с литературой в библиотеке или электронно-библиотечной системе.

9.3. Рекомендации по работе с литературой

Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучается и дополнительная рекомендованная литература (законодательство, научные и публицистические статьи и др.). Литературу по курсу рекомендуется изучать в библиотеке или с помощью сети Интернет (источники, которые могут быть скачены без нарушения авторских прав).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

При проведении занятий по дисциплине используются следующие информационные технологии:

- удаленные информационные коммуникации между студентами и преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия, посредством электронной почты, позволяющие осуществлять оперативный контроль графика выполнения и содержания контрольных заданий, решение организационных вопросов, удаленное консультирование;
- поиск актуальной научной, статистической и общественно-политической информации для выполнения самостоятельной работы и контрольных заданий;
- доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам;
- выполнение студентами заданий с использованием лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, установленного на рабочих местах студента в компьютерных классах и в помещениях для самостоятельной работы, а также для выполнения самостоятельной работы в домашних условиях.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- LibreOffice операционная система Windows;
- Kaspersky Endpoint Security;
- LibreOffice, лицензия LGPLv3.

Перечень профессиональных баз данных (в том числе международным реферативным базам данных научных изданий) и информационных справочных систем:

- Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru>. – Режим доступа: свободный доступ.
- Справочная правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/online/>. – Режим доступа: свободный доступ (будние дни – 20.00-24.00, выходные и праздничные дни – круглосуточно).
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа: доступ по паролю.
- Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru>. – Режим доступа: свободный доступ.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для освоения дисциплины необходимы следующие материально-технические ресурсы:

- 1) аудитория для проведения лекционных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, оборудованная маркерной (меловой) доской;
- 2) компьютерный класс для проведения практических занятий, промежуточной аттестации и самостоятельной работы, оснащенный индивидуальной компьютерной техникой с подключением к локальной вычислительной сети и сети Интернет.
- 3) аудитории должны иметь достаточное количество посадочных мест, соответствовать необходимым противопожарным нормам и санитарно-гигиеническим требованиям.

Главный учебный корпус, а.426	60 посадочных мест, 1ПК с возможно-
----------------------------------	-------------------------------------

<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы</p>	<p>стью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, мультимедийное оборудование (проектор Ben Q, экран), специализированная мебель (стулья-60, столы-30), доска</p>
<p>Главный учебный корпус, а.424а</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы</p>	<p>28 посадочных мест, компьютерная техника (15ПК) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, мультимедийное оборудование (проектор Ben Q, экран), специализированная мебель (стулья-28, столы-14), доска</p>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Государственное, муниципальное и корпоративное управление»

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.07 «Маркетинг персонала»

Направление подготовки
38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) подготовки
Управление персоналом

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Рязань 2019

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы – это совокупность учебно-методических материалов (контрольных заданий, описаний форм и процедур), предназначенных для оценки качества освоения обучающимися данной дисциплины как части ОПОП ВО.

Цель – оценить соответствие знаний, умений и уровня приобретенных компетенций обучающихся целям и требованиям основной образовательной программы в ходе проведения промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация – экзамен.

2. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Вид, метод, форма оценочного мероприятия
1	Тема 1. Основы маркетинга персонала	ПК-2	экзамен
2	Тема 2. Организация маркетинга персонала	ПК-2, ПК-3	экзамен
3	Тема 3. Управление маркетингом персонала	ПК-2, ПК-3	экзамен
4	Тема 4. Эффективность маркетинга персонала	ПК-2, ПК-3	экзамен

3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Сформированность каждой компетенции в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- 1) пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- 2) продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенций по завершении освоения дисциплины;
- 3) эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенций и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

Уровень освоения компетенций, формируемых дисциплиной: *Описание критериев и шкалы оценивания промежуточной аттестации*

а) описание критериев и шкалы оценивания тестирования:

За каждый тестовый вопрос назначается максимально 1 балл в соответствии со следующим правилом:

- 1 балл – ответ на тестовый вопрос полностью правильный;
- 0,5 балла – ответ на тестовый вопрос частично правильный (выбраны не все правильные варианты, указаны частично верные варианты);
- 0 баллов – ответ на тестовый вопрос полностью неправильный.

б) описание критериев и шкалы оценивания практического задания:

Шкала оценивания	Критерий
5 баллов (эталонный уровень)	Задание выполнено верно
3 балла (продвинутый уровень)	Задание выполнено верно, но имеются неточности
1 балл (пороговый уровень)	Задание выполнено верно, с дополнительными наводящими вопросами преподавателя
0 баллов	Задание не выполнено

На экзамен выносятся 30 тестовых вопросов и 3 практических задания. Максимально студент

может набрать 45 баллов. Итоговый суммарный балл студента, полученный при прохождении промежуточной аттестации, переводится в традиционную форму по системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Шкала оценивания	Критерий
«отлично» (эталонный уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: студент набрал в сумме 39 баллов и выше при условии выполнения заданий на уровне не ниже порогового.
«хорошо» (продвинутый уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: студент набрал в сумме от 34 до 38 баллов при условии выполнения заданий на уровне не ниже порогового.
«удовлетворительно» (пороговый уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: студент набрал в сумме от 30 до 33 баллов при условии выполнения заданий на уровне не ниже порогового. Обязательным условием является выполнение всех предусмотренных в течение семестра заданий.
«неудовлетворительно»	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: студент набрал в сумме менее 29 баллов или не выполнил всех предусмотренных в течение семестра заданий.

4. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

4.1. Промежуточная аттестация (экзамен)

Коды компетенции	Содержание компетенций
ПК-2	знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике

Типовые тестовые вопросы:

- Основными факторами макросреды маркетинга являются /можно выбрать несколько вариантов ответов/
 А) потребители;
 Б) экономические условия;
 В) возможности конкурентов;
 Г) природные условия;
 Д) демография населения.
- Сегмент рынка— это...
 А) совокупность товаров, реализуемых конкретной торговой организацией;
 Б) совокупность компаний на определенной территории;
 В) однородная совокупность потребителей, одинаково реагирующих на товар и маркетинговые действия.
- К комплексу маркетинга 4Р относятся:
 А) маркетинговые коммуникации, цели организации, информация о рынке, поведение покупателей;
 Б) маркетинговые коммуникации, продукт, цена, каналы распространения продукции;
 В) маркетинговые коммуникации, продукт, цена, поведение покупателей.
- Статистический анализ в маркетинговом исследовании представляет собой

А) получение выводов на основе количественного исследования массовых рыночных процессов и явлений, осуществленного с помощью специфических статистических методов ;

Б) сбор и обработка цифровых данных по соответствующим алгоритмам в целях получения маркетинговых характеристик;

В) использование корреляционно -регрессионного метода для выявления причинно-следственных связей.

5. Количественная потребность в персонале – это...

А) потребность в определенном количестве персонала различной квалификации;

Б) потребность в персонале определенной специализации;

В) потребность в персонале необходимого уровня квалификации.

6. Кадровое планирование включает:

А) планирование потребности в работниках;

Б) формирование тактики управления персоналом;

В) изменение штатного расписания;

Г) подготовку коллективного договора.

7. Трудовой потенциал - это:

А) это часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике;

Б) способность персонала организации при наличии у него определенных качественных характеристик и соответствующих социально-экономических, организационных условий достигать определенный конечный результат;

В) это совокупность духовных и физических способностей человека, которые он использует всякий раз когда создает потребительные стоимости.

8. Повышение способности организации изменять численность работников в соответствии с изменениями объемов оказываемых услуг/производимых товаров путем использования добавочных или альтернативных источников рабочей силы представляет:

А) функциональную адаптацию рабочей силы;

Б) численную адаптацию рабочей силы;

В) лизинг рабочей силы;

Г) дистанционную адаптацию рабочей силы;

Д) финансовую адаптацию рабочей силы.

9. Способность организации изменять и приводить профессионально-квалификационные структуру собственной рабочей силы в соответствии с требованиями изменившейся трудовой нагрузки представляет:

А) функциональную адаптацию рабочей силы;

Б) численную адаптацию рабочей силы;

В) лизинг рабочей силы;

Г) дистанционную адаптацию рабочей силы;

Д) финансовую адаптацию рабочей силы.

10. Как добиться уменьшения предложение работников в организации (привести численность в соответствие с ее реальными потребностями), не прибегая к увольнениям?

А) перевод части сотрудников на сокращенный рабочий день или сокращенную рабочую неделю;

Б) прекращение приема на работу;

В) заключение краткосрочных контрактов;

Г) переобучение персонала.

Типовые практические задания:

Задание 1.

Рассчитать среднесписочную численность работников предприятия в декабре при условии, что

	1 вар	2 вар
на 1 декабря в списочном составе предприятия было	1567 чел.	167 чел.
10 декабря были приняты	15 чел.	5 чел.
25 декабря уволены	6 чел.	2 чел.
Т сп декабря	?	?

Задание 2.

Рассчитать годовую среднесписочную численность работников предприятия, которое было зарегистрировано 17 октября при условии, что

	1 вар	2 вар
на 17 октября в списочном составе предприятия было	17 чел.	67 чел.
22 октября были приняты	15 чел.	4 чел.
Т сп ноября	34 чел.	75 чел.
Т сп декабря	35 чел.	76 чел.
Т сп год	?	?

Задание 3.

Кейс «Стратегия привлечения персонала: преимущества и недостатки приобретения квалифицированных работников через обучение или найм»

Описание. Страховая компания А была оштрафована на 1000 у.е. за неудовлетворительный уровень подготовки своих сотрудников. Руководство компании А в марте направило 300 своих страховых агентов для прохождения курса обучения, а сама компания стала первой оштрафованной компанией со стороны контролирующей организации Б.

В сумму штрафа были включены затраты на обучение неквалифицированного персонала. Компания Б посетила компанию А в мае после получения ряда заявлений по поводу процедур подбора персонала. В результате проверок, которые длились на протяжении месяцев, был приостановлен найм новых агентов и представителей, последовали изменения в руководстве компании А.. Генеральным директором компании вместо г-на Иванова был назначен г-н Петров. В результате все страховые агенты были направлены на прохождение курса обучения, чтобы качество их работы соответствовало стандартам, устанавливаемым компанией Б.

Компания А — одна из крупнейших в стране страховых компаний с 5-миллионным количеством клиентов. По подсчетам г-на Петрова, действия компании Б обошлись компании А в 10 млн у.е. в виде недополученной прибыли. Каждому клиенту, которому были неквалифицированно даны консультации, было предложено полное возмещение затрат.

Г-н Сидоров, глава комитета по защите прав инвесторов, заявил; что штраф не решает проблемы, но доказывает состоятельность существования контролирующей организации Б, призванной уберечь инвесторов от предложенных им неудовлетворительных программ инвестирования.

Вопросы.

1. Какие могли существовать проблемы в подборе персонала у компании А, которые смогли привлечь внимание контролирующей организации?
2. Почему был приостановлен найм на работу в компанию А новых агентов и представителей?
3. Какой должна быть политика подбора персонала, чтобы в дальнейшем избежать проблем с контролирующей организацией?

Постановка задачи. Определить преимущества и недостатки обучения работников или найма новых в процессе обеспечения компаний квалифицированными сотрудниками.

Методические указания. Найм новых сотрудников необходимо проводить только при условии прохождения ими соответствующего обучения.

Коды Компетенции	Содержание компетенций
ПК-3	знание основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике

Типовые тестовые вопросы:

1. Какие этапы включает процесс подбора персонала?
Выберите один ответ.
А) Оформление анкетных и автобиографических данных, анализ рекомендаций и послужного списка, проведение собеседования, профессиональное освидетельствование, анализ решения и подготовка материалов для найма
Б) План потребности в персонале, мониторинг рабочей силы, заявки линейных руководителей в кадровую службу, уточнение требований к кандидатам, поиск, отбор кадров
В) Поиск персонала внутри и вне компании, план потребности в персонале, заявка линейного менеджера в отдел кадров, отбор и оценка эффективности
2. Как добиться увеличения предложения работников в организации (привести численность в соответствие с ее реальными потребностями), не прибегая к дополнительному найму со стороны? /при необходимости укажите несколько вариантов/
А) использовать лизинг рабочей силы;
Б) использовать гибкое рабочее время;
В) использовать переработки рабочего времени;
Г) использовать контракты на конкретную работу.
3. Внутренний имидж представляет собой:
А) восприятие и психологической отношение к компании в одной стране;
Б) восприятие и психологической отношение к компании ее сотрудников, менеджеров, собственников, акционеров;
В) восприятие и психологической отношение к компании в разных странах.
4. Повышение способности организации изменять численность работников в соответствии с изменениями объемов оказываемых услуг/производимых товаров путем использования добавочных или альтернативных источников рабочей силы представляет:
А) функциональную адаптацию рабочей силы;
Б) численную адаптацию рабочей силы;
В) лизинг рабочей силы;
Г) дистанционную адаптацию рабочей силы;
Д) финансовую адаптацию рабочей силы.
5. В чем недостатки внешних источников поиск и найма работников на вакантные рабочие места?
А) Ухудшение морального климата среди давно работающих;
Б) Угроза накопления сложных личных взаимоотношений работников;
В) Угроза разглашения производственной тайны.

6. В качестве внешних источников покрытия потребности в персонале можно выделить следующие /Выберите один ответ/

- А) Различные профессиональные ассоциации и объединения;
- Б) Формирование новой функциональной роли сотрудника в рамках прежнего рабочего места при соответствующем дополнительном обучении;
- В) Перемещение сотрудников на более высокий иерархический уровень организации.

7. Форма организации рабочего времени, при которой для отдельных сотрудников или их группы допускается саморегулирование начала, окончания и общей продолжительности рабочего дня представляет использование: /Выберите один ответ/

- А) стандартных режимов работы;
- Б) гибких режимов рабочего времени;
- В) частичной занятости.

8. Занятость сотрудника выполнением трудовых обязательств в течение меньшей по сравнению с законодательно установленными нормами продолжительности ежедневной и еженедельной работы представляет использование. Выберите один ответ/

- А) стандартных режимов работы;
- Б) гибких режимов рабочего времени;
- В) частичной занятости.

9. Использование гибких режимов работы в организации позволяет /при необходимости укажите несколько вариантов/

- А) избавиться от бесперспективных работников;
- Б) сдерживать уровень безработицы;
- В) обеспечить рост производительности труда;
- Г) снизить текучесть кадров;
- Д) сократить оплату сверхурочных часов.

10. Оценочные критерии эффективности кадровой политики: /при необходимости укажите несколько вариантов/

- А) частота рабочего травматизма;
- Б) низкий уровень безработицы;
- В) соблюдение законодательства;
- Г) текучесть кадров;
- Д) экологичность продукции.

Типовые практические задания:

Задание 1.

Цель задания: анализ ситуации, сложившейся в процессе собеседования при приеме на работу.

Содержание задания: ситуация Елизаветы Михайловны — опытного аудитора; характеристика Марины — специалиста по отбору кандидатов в аудиторскую фирму; беседа специалиста и кандидата.

Елизавета Михайловна Зайцева. Она опытный аудитор. Ей 42 года. Она закончила два университета. В 1986 г. Елизавета Михайловна получила диплом финансиста, а в 1998 г. — диплом юриста. Главная место в ее жизни занимает работа. Уже пять лет она проработала должности аудитора в аудиторской фирме «Альфа», в которую поступила вскоре после гибели мужа в автомобильной катастрофе.

Детей у нее не было, а с мужем были прекрасные отношения. Поэтому неожиданная потеря любимого человека стала для нее настоящей трагедией. Она осунулась, постарела. Жизнь утратила для нее смысл. Чтобы как-то отвлечься от мрачных мыслей, она погрузилась в работу и преуспела на аудиторском поприще. С работой она успешно справлялась и была на хорошем счету у руководства фирмы.

Но в последнее время ее здоровье резко ухудшилось. Ездить на работу в фирму «Альфа» становилось тяжело. Дорога на общественном транспорте занимала почти два часа в один конец. А за руль автомобиля она не могла заставить себя сесть после гибели мужа.

Пришлось искать работу поближе к дому. На днях она узнала о том, что буквально в двух километрах от ее дома открывается новая аудиторская фирма «Бета», которая еще набирает сотрудников.

Елизавета Михайловна направила по факсу резюме в фирму «Бета» и получила приглашение на собеседование. В ночь перед собеседованием она плохо спала, продумывала различные варианты вопросов и возможные ответы на них.

Утром, одевшись в строгий черный костюм и безукоризненно чистую блузку, Елизавета Михайловна взяла с собой список собственных научных работ и направилась на собеседование. Она пешком дошла до фирмы «Бета» и точно в назначенный час постучала в дверь кабинета № 4, в котором должно было проходить собеседование. Каково же было ее удивление, когда вместо коллег аудиторов перед ней предстала развязная девица в пестром свитере и потрепанных джинсах с сигаретой в руках.

Марина — молодой психолог, осуществляющий отбор персонал в аудиторскую фирму «Бета». Марине 23 года. Она никогда не отличалась усидчивостью. Дискотеки, вечеринки и КВНы занимали ее в студенческие годы куда больше, чем занятия в университете. Марина еле-еле «на тройки» закончила частный университет и получила диплом психолога. Спасибо, помог бой-френд, Борис, устроиться в фирму «Бета» к своему дяде — директору.

Однако при всех своих недостатках Марина обладала одним достоинством — она умела произвести впечатление, «пустить пыль в глаза», очень любила использовать проектные тесты. «Нарисуйте дерево» или «Дополните рисунки» — многозначительно говорила она. В ее распоряжении имелись также популярные психологические опросники ММРІ, 16-факторный личностный опросник Cattell, цветовой тест Люшера. Такие тесты хорошо известны специалистам, они валидны, надежны, информативны. Единственный их «недостаток» — они должны использоваться строго по назначению, т.е. в клинических условиях. В случае использования подобных тестов при выборе кандидатов или уже работающих сотрудников у кадровой службы может оказаться масса избыточной и ненужной для реального управления информации. Но все это мало интересовало Марину, главное — она выглядела «современным психологом».

Беседа

— Входите! — бойко проговорила Марина.

Елизавета Михайловна растерялась. Но Марина быстро овладела ситуацией. «Что здесь надо этой старой мымре?» — подумала она, а в слух произнесла:

— Покажите ваше резюме.

Быстро просмотрев резюме и не глядя больше на собеседницу, Марина задала первый вопрос:

— А почему это вы собираетесь уходить из такой известной фирмы?

— Мне очень далеко ездить, — был ответ.

— А вы, что же, не знали, когда туда приходили, что вам так далеко ездить? — не унималась

Марина.

На этот вопрос Елизавета Михайловна, готовившаяся к беседе по профессиональным вопросам, не нашла ответа.

— А зачем вам второе высшее образование? — задала вопрос «по существу» Марина.

— А вы — аудитор? — в свою очередь спросила Елизавета Михайловна.

— Нет, — ответила Марина.

— Вот поэтому вы мне и задаете этот вопрос. Аудиторы знают, зачем им нужно кроме специального и юридического образование. Позвольте мне поговорить с аудиторами вашей компании, — попросила Елизавета Михайловна.

— Ну, нарисуйте сначала неизвестное животное, — не сдавалась Марина и протянула Елизавете Михайловне бумагу и карандаш.

Елизавета Михайловна рассеянно оглянулась и с изумлением увидела, что над «неизвестным животным» уже «пыхтят» двое немолодых мужчин в дальнем углу комнаты.

— А в мешках вам попрыгать не нужно? — спросила Елизавета Михайловна и вышла из комнаты.

Вопросы и задания для анализа ситуации

1. Почему не получилось собеседование?
2. Какие ошибки допустила Марина?
3. К каким последствиям приведет такой отбор?

