

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Иркутский государственный университет путей сообщения»
Красноярский институт железнодорожного транспорта
– филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Иркутский государственный университет путей сообщения»
(КрИЖТ ИрГУПС)

УТВЕРЖДЕНА
приказ ректора
от «08» мая 2020 г. № 268-1

Б1.В.07 Маркетинг персонала рабочая программа дисциплины

Направление подготовки – 38.03.03 Управление персоналом
Профиль подготовки – Управление персоналом организации
Программа подготовки – прикладной бакалавриат
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная
Нормативный срок обучения – 4 года
Кафедра-разработчик программы – Управление персоналом

Общая трудоемкость в з.е. – 2
Часов по учебному плану – 72

Формы промежуточной аттестации, семестр:
зачет – 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	7	Итого
Число недель в семестре	15	
Вид занятий	Часов по учебному плану	Часов по учебному плану
Аудиторная контактная работа по видам учебных занятий	30	30
– лекции	15	15
– практические (семинарские) занятия	15	15
Самостоятельная работа	42	42
Зачет	-	-
Итого	72	72

КРАСНОЯРСК

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (уровень бакалавриата), утвержденным Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.12.2015 №1461.

Программу составил:

канд. пед. наук, доцент, доцент

Т.В. Шендель

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе для обучения обучающихся по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом на заседании кафедры «Управление персоналом».

Протокол от «12» марта 2020 г. № 8

Зав. кафедрой, канд. техн. наук, доцент

В.О. Колмаков

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1 Цели освоения дисциплины	
1	способствовать становлению профессиональных компетенций бакалавров в области маркетинга персонала через формирование целостного представления о системе управления маркетингом персонала в организации на основе понимания маркетинговых концепций управления персоналом и через формирование способностей применения инструментов маркетинга персонала в деятельности организаций в условиях рыночных отношений посредством эффективного использования трудового потенциала организации
1.2 Задачи освоения дисциплины	
1	формирование научных представлений в области маркетинга персонала, включая этапы его развития, систематизацию понятий и инструментов реализации содержания маркетинга персонала с точки зрения корпоративных целей бизнеса и учета интересов работодателя
2	овладения навыками формирования системы управления маркетингом персонала в организации
3	освоение прикладных методов маркетинговых исследований на макро- и микроуровне
4	выработка умений творческой реализации теоретических и прикладных знаний в области маркетинга персонала в практической деятельности бакалавра в процессе решения профессиональных задач и ситуаций
1.3 Цель воспитания и задачи воспитательной работы в рамках дисциплины	
Научно-образовательное воспитание обучающихся	
Цель научно-образовательного воспитания – создание условий для реализации научно-образовательного потенциала обучающихся в форме наставничества, тьюторства, научного творчества.	
Цель достигается по мере решения в единстве следующих задач:	
– формирование системного и критического мышления, мотивации к обучению, развитие интереса к творческой научной деятельности;	
– создание в студенческой среде атмосферы взаимной требовательности к овладению знаниями, умениями и навыками;	
– популяризация научных знаний среди обучающихся;	
– содействие повышению привлекательности науки, поддержка научно-технического творчества;	
– создание условий для получения обучающимися достоверной информации о передовых достижениях и открытиях мировой и отечественной науки, повышения заинтересованности в научных познаниях об устройстве мира и общества;	
– совершенствование организации и планирования самостоятельной работы обучающихся как образовательной технологии формирования будущего специалиста путем индивидуальной познавательной и исследовательской деятельности	
Профессионально-трудовое воспитание обучающихся	
Цель профессионально-трудового воспитания – формирование у обучающихся осознанной профессиональной ориентации, понимания общественного смысла труда и значимости его для себя лично, ответственного, сознательного и творческого отношения к будущей деятельности, профессиональной этики, способности предвидеть изменения, которые могут возникнуть в профессиональной деятельности, и умению работать в изменённых, вновь созданных условиях труда.	
Цель достигается по мере решения в единстве следующих задач:	
– формирование сознательного отношения к выбранной профессии;	
– воспитание чести, гордости, любви к профессии, сознательного отношения к профессиональному долгу, понимаемому как личная ответственность и обязанность;	
– формирование психологи профессионала;	
– формирование профессиональной культуры, этики профессионального общения;	
– формирование социальной компетентности и другие задачи, связанные с имиджем профессии и авторитетом транспортной отрасли	
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
1	Б1.Б.09 Концепции современного естествознания
2	Б1.В.ДВ.04.01 Конфликтология
3	Б1.В.ДВ.04.02 Конфликт – менеджмент
4	Б1.Б.14 Менеджмент
5	Б2.В.01(У) Учебная - по получению первичных профессиональных умений и навыков (ознакомительная)
6	Б1.Б.10 Основы теории управления
7	Б1.Б.15 Основы управления персоналом
8	Б1.Б.11 Маркетинг
9	Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления
10	Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте
11	Б1.В.21 Инновационный менеджмент в управлении персоналом
12	Б1.В.06 Стратегический менеджмент
13	Б1.В.09 Рынок труда
14	Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования
15	Б1.В.02 Методы принятия управленческих решений

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
1	Б2.В.04(Пд) Производственная – преддипломная
2	Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
ОПК-5: способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	некоторые методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения
Уметь	собирать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации
Владеть	навыками анализа планов, стратегии и структуры организации
Базовый уровень освоения компетенции	
Знать	методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения и некоторые из них в совершенстве
Уметь	собирать и анализировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации
Владеть	навыками анализа планов, стратегии и структуры организации; навыками анализа особенностей работы на различных участках производства
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	в совершенстве методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения
Уметь	собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации
Владеть	навыками анализа планов, стратегии и структуры организации; навыками анализа особенностей работы на различных участках производства и конкретных рабочих местах
ПК-1: знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	кадровая политика и стратегия организации структура, цели, стратегия и кадровая политика организации
Уметь	собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации
Владеть	анализ планов, стратегии и структуры организации анализ структуры, планов и вакансий организации
Базовый уровень освоения компетенции	
Знать	структура организации и вакантные должности (профессии, специальности)
Уметь	собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях и возможностях кадрового потенциала организации
Владеть	разработка организационной структуры, планирование потребности в персонале организации
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	порядок определения перспективной и текущей потребности в кадрах
Уметь	собирать, анализировать и структурировать информацию о кандидатах и предложениях на рынке труда
Владеть	построение организационной структуры с учетом плановой потребности в персонале и взаимодействия структурных подразделений организации
ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	локальные акты организации, регулирующие порядок обеспечения персоналом порядок оформления, ведения и хранения документации, связанной с поиском, привлечением, подбором и отбором персонала на вакантные должности порядок заключения договоров (контрактов)

Уметь	формировать требования к вакантной должности (профессии, специальности) и определять критерии подбора персонала определять критерии поиска, привлечения, подбора и отбора персонала
Владеть	анализ особенностей организации работы и производства на конкретных рабочих местах анализ рынка труда по организации работы на аналогичном производстве и рабочих местах анализ рынка труда и персонала организации по профилю вакантной должности (профессии, специальности) ведение информации о вакантных должностях (профессиях, специальностях) и кандидата
Базовый уровень освоения компетенции	
Знать	источники обеспечения организации кадрами технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора персонала
Уметь	собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях рынка труда, включая предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала применять технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора кандидатов на вакантные должности (профессии, специальности) в соответствии с их спецификой использовать средства обеспечения персоналом, включая сопровождение
Владеть	формирование требований к вакантной должности (профессии, специальности) и их коррекция поиск во внутренних и внешних источниках информации о кандидатах, соответствующей требованиям вакантной должности (профессии, специальности) размещение сведений о вакантной должности (профессии, специальности) в средствах массовой информации выбор способов и методов привлечения персонала в соответствии с утвержденными планами проверка информации о кандидатах на вакантные должности (профессии, специальности) проведение собеседований и встреч с кандидатами на вакантные должности (профессии, специальности) с обеспечением обратной связи
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	методы анализа количественного и качественного состава персонала методики планирования и прогнозирования потребности в персонале
Уметь	вносить корректирующие сведения в требования к кандидатам на вакантные должности (профессии, специальности) консультировать по вопросам рынка труда в части обеспечения персоналом консультировать по вопросам привлечения персонала составлять и контролировать статьи расходов на обеспечение персоналом для планирования бюджетов
Владеть	информирование и консультирование руководителей подразделений и организации по вопросам рынка труда в части обеспечения персоналом информирование и консультирование руководителей подразделений и организации по вопросам привлечения персонала с оценкой затрат оценка соответствия кандидатов требованиям вакантной должности (профессии, специальности) подготовка предложений по формированию бюджета на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать	
1	основы кадрового планирования и контроллинга, основы маркетинга персонала
2	требования к должностям, критерии подбора и расстановки персонала, основы найма
3	внутренние и внешние факторы, влияющие на эффективность деятельности персонала организации
Уметь	
1	разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала и применять их на практике
2	разрабатывать и внедрять программы и процедуры подбора и отбора персонала
3	определять потребность организации в персонале
Владеть	
1	методами реализации стратегии привлечения персонала в организацию и инструментами кадрового контроллинга
2	методами деловой оценки персонала при найме
3	навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Код компетенции	Литература
1.0	Раздел 1. Место маркетинга персонала в кадровой политике организации				
1.1	Роль маркетинга персонала на рынке труда /Лек/	7	1	ПК-2	6.1.1.2, 6.1.3.1
1.2	Анализ ситуации с трудовыми ресурсами в регионе /Пр/	7	2	ПК-2	6.1.2.1, 6.1.3.2

1.3	Проработка лекционного материала в течение семестра. Подготовка к практическим занятиям в течение семестра. Изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	7	6	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.4.1
1.4	Концептуальные основы маркетинга персонала /Лек/	7	2	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.3.1
1.5	Понятийный аппарат маркетинга персонала /Пр/	7	2	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.3.2
1.6	Проработка лекционного материала в течение семестра. Подготовка к практическим занятиям в течение семестра. Изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	7	6	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.4.1
2.0	Раздел 2. Система управления маркетинга персонала				
2.1	Функции маркетинга персонала /Лек/	7	2	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.3, 6.1.3.1
2.2	Проработка лекционного материала в течение семестра. Подготовка к практическим занятиям в течение семестра. Изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	7	4	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.4.1
2.3	Методологическая основа маркетинга персонала в организации /Лек/	7	2	ОПК-5	6.1.1.2, 6.1.3.1
2.4	Методики, применяемые с целью диагностики стратегического положения организации на рынке труда /Пр/	7	2	ОПК-5	6.1.2.2, 6.1.2.3, 6.1.3.2
2.5	Методы анализа внутрифирменного рынка труда, направленные на определение соответствия кадрового потенциала организации определенным должностным и квалификационным требованиям компании-работодателя /Пр/	7	2	ОПК-5	6.1.2.2, 6.1.2.3, 6.1.3.2
2.6	Методические инструменты, оценивающие эффективность работы структурных подразделений и конкретных сотрудников организации /Пр/	7	2	ОПК-5	6.1.2.2, 6.1.2.3, 6.1.3.2
2.7	Проработка лекционного материала в течение семестра. Подготовка к практическим занятиям в течение семестра. Изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	7	10	ОПК-5	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.4.1
3.0	Раздел 3. Реализация маркетинга персонала в организации				
3.1	Особенности формирования имиджа работодателя /Лек/	7	2	ПК-2	6.1.1.3, 6.1.3.1
3.2	Имидж организации в СМИ /Пр/	7	1	ПК-2	6.1.1.3, 6.1.2.1, 6.1.3.2
3.3	Проработка лекционного материала в течение семестра. Подготовка к практическим занятиям в течение семестра. Изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	7	6	ПК-2	6.1.4.1
3.4	Процесс реализации маркетинга персонала в организации. /Лек/	7	2	ПК-2	6.1.1.2, 6.1.3.1
3.5	Проработка лекционного материала в течение семестра. Подготовка к практическим занятиям в течение семестра. Изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	7	2	ПК-2	6.1.1.2, 6.1.4.1
3.6	Обеспечение организации персоналом. /Лек/	7	2	ПК-1	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.3.1

3.7	Занятие «Планирование потребности в персонале» /Пр/	7	2	ПК-1	6.1.2.1, 6.1.3.2
3.8	Привлечение кандидатов на работу в организацию. Сравнительная оценка методов отбора претендента /Пр/	7	1	ПК-1	6.1.2.1, 6.1.3.2
3.9	Занятие «Видеокейс «Интервью с соискателем» /Пр/	7	1	ПК-1	6.1.2.1, 6.1.2.3, 6.1.3.2
3.10	Экономическая эффективность маркетинга персонала /Лек/	7	2	ПК-2	6.1.1.3, 6.1.3.1
3.11	Проработка лекционного материала в течение семестра. Подготовка к практическим занятиям в течение семестра. Изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	7	8	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.4.1

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разработан в соответствии с Положением о формировании фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации.

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе дисциплины и размещен в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебная литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз. в библиотеке
6.1.1.1	Кибанов А.Я., Дуракова И.Б.	Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учеб. пособие для ВУЗов [Электронный ресурс]. – http://new.znaniium.com/bookread2.php?book=1013991	Москва: ИНФРА-М, 2019	100% online
6.1.1.2	Патласов, О.Ю.	Маркетинг персонала: учебник [Электронный ресурс]. – https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=6843	Москва : Дашков и К°, 2021. – 384 с.	100 % онлайн
6.1.1.3	Тульчинский, Г. Л.	Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов [Электронный ресурс]. – URL: https://urait.ru/bcode/471939	Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 255 с.	100 % онлайн

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз. в библиотеке
6.1.2.1	Ильина, И.Ю.	Рынок труда и маркетинг персонала : учебное пособие : в 2 частях [Электронный ресурс]. – https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574100	Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – Ч. 1. – 226 с.	100 % онлайн
6.1.2.2	Калужский, М.Л.	Маркетинг на рынке труда : учебник [Электронный ресурс]. – https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598993	Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 193 с.	100 % онлайн
6.1.2.3	Печеркина, И.Ф.	Маркетинг персонала : учебно-методическое пособие [Электронный ресурс]. – https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571474	Тюмень : Тюменский государственный университет, 2018. – 96 с.	100 % онлайн

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз. в библиотеке
--	---------------------	----------	-------------------	--------------------------

6.1.3.1	Шендель, Т.В.	Маркетинг персонала : методические указания к лекционным занятиям для студентов всех форм обучения направления 38.03.03 Управление персоналом [Электронный ресурс] – http://irbis.krsk.irkups.ru/web_ft/index.php?C21COM=S&S21COLORTERMS=1&P21DBN=IBIS&I21DBN=IBIS_FULLTEXT&LNG=&Z21ID=R2321&S21FMT=briefHTML_ft&USES21ALL=1&S21ALL=%3C%2E%3E%3D331%2E5%2FIII%2047-537134093%3C%2E%3E&FT_PREFIX=KT=&SEARCH_STRING=&S21STN=1&S21REF=10&S21CNR=5&auto_open=4	Красноярск : КрИЖТ ИрГУПС, 2022	100% online
6.1.3.2	Шендель, Т.В.	Маркетинг персонала : методические указания к практическим занятиям для студентов всех форм обучения направления 38.03.03 Управление персоналом [Электронный ресурс] – http://irbis.krsk.irkups.ru/web_ft/index.php?C21COM=S&S21COLORTERMS=1&P21DBN=IBIS&I21DBN=IBIS_FULLTEXT&LNG=&Z21ID=R2321&S21FMT=briefHTML_ft&USES21ALL=1&S21ALL=%3C%2E%3E%3D331%2E5%2FIII%2047-586684522%3C%2E%3E&FT_PREFIX=KT=&SEARCH_STRING=&S21STN=1&S21REF=10&S21CNR=5&auto_open=4	Красноярск : КрИЖТ ИрГУПС, 2022	100% online

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз. в библиотеке
6.1.4.1	Шендель, Т.В.	Маркетинг персонала : методические указания по выполнению самостоятельной работы для студентов всех форм обучения направления 38.03.03 Управление персоналом [Электронный ресурс] – http://irbis.krsk.irkups.ru/web_ft/index.php?C21COM=S&S21COLORTERMS=1&P21DBN=IBIS&I21DBN=IBIS_FULLTEXT&LNG=&Z21ID=R2321&S21FMT=briefHTML_ft&USES21ALL=1&S21ALL=%3C%2E%3E%3D331%2E5%2FIII%2047-427493318%3C%2E%3E&FT_PREFIX=KT=&SEARCH_STRING=&S21STN=1&S21REF=10&S21CNR=5&auto_open=4	Красноярск : КрИЖТ ИрГУПС, 2022	100% online
6.1.4.2	Шендель, Т.В.	Маркетинг персонала : методические указания по выполнению контрольной работы для студентов заочной формы обучения направления подготовки 38.03.03 Управление персоналом [Электронный ресурс] – http://irbis.krsk.irkups.ru/web_ft/index.php?C21COM=S&S21COLORTERMS=1&P21DBN=IBIS&I21DBN=IBIS_FULLTEXT&LNG=&Z21ID=R2321&S21FMT=briefHTML_ft&USES21ALL=1&S21ALL=%3C%2E%3E%3D331%2E5%2FIII%2047-149977858%3C%2E%3E&FT_PREFIX=KT=&SEARCH_STRING=&S21STN=1&S21REF=10&S21CNR=5&auto_open=4	Красноярск : КрИЖТ ИрГУПС, 2022	100% online

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

6.2.1	Библиотека КрИЖТ ИрГУПС : [сайт] / Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал ИрГУПС. – Красноярск. – URL: http://irbis.krsk.irkups.ru/ . – Режим доступа: после авторизации. – Текст: электронный.
6.2.2	Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «ЗНАНИУМ». – Москва. 2011 . – URL: http://znanium.com . – Режим доступа : по подписке. – Текст: электронный.
6.2.3	Образовательная платформа Юрайт : электронная библиотека : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва. – URL: https://urait.ru/ . – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.
6.2.4	Лань : электронно-библиотечная система : сайт / Издательство Лань. – Санкт-Петербург, 2011 . – URL: http://e.lanbook.com . – Режим доступа : по подписке. – Текст: электронный.
6.2.5	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» : электронная библиотека : сайт / ООО «Директ-Медиа». – Москва, 2001. – URL: https://biblioclub.ru/ . – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.
6.2.6	Красноярский институт железнодорожного транспорта : [электронная информационно-образовательная среда] / Красноярский институт железнодорожного транспорта. – Красноярск. – URL: http://sdo.krsk.irkups.ru/ . – Текст: электронный.

6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

6.3.1 Перечень базового программного обеспечения

6.3.1.1	Microsoft Windows Vista Business Russian, авторизационный номер лицензиата 64787976ZZS1011, номер лицензии 44799789. Microsoft Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition (дог №2 от 29.05.2014 – 100 лицензий; дог №0319100020315000013-00 от 07.12.2015 – 87 лицензий).
6.3.2 Перечень специализированного программного обеспечения	
6.3.2.1	Не используется
6.3.3 Перечень информационных справочных систем	
6.3.3.1	Консультант Плюс : справочно-правовая система : база данных / Региональные информационные центры КонсультантПлюс ООО ИЦ «ИСКРА». – Москва, 1992 – . – Режим доступа: из локальной сети вуза. – Текст : электронный.
6.3.3.2	Гарант : справочно-правовая система : база данных / ООО «ИПО «ГАРАНТ». – Режим доступа : из локальной сети вуза. – Текст : электронный.
6.4 Правовые и нормативные документы	
6.4.1	Не используется
7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	
7.1	Корпуса А, Т, Н, Л КриЖТ ИрГУПС находятся по адресу г. Красноярск, ул. Новая Заря, д. 2И.
7.2	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (ноутбук, проектор, экран), учебно-наглядные пособия (презентации), служащими для представления учебной информации большой аудитории. Помещения для проведения лабораторных занятий оснащены компьютерной техникой, подключенной к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС: – компьютерные классы А-409, Л-203, Т-46.
7.3	Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС. Помещения для самостоятельной работы обучающихся: – читальный зал библиотеки; – учебные аудитории А-409, Л-203, Т-46
7.4	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования А-307.
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	
Вид учебной деятельности	Организация учебной деятельности обучающегося
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, то необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям: <ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг персонала • Имидж организации • Конкурентоспособность рабочей силы • Потребность в персонале • Рынок труда
Практическое занятие	Для того, чтобы практические занятия приносили максимальную пользу, необходимо помнить, что занятия проводятся по вычитанному на лекциях материалу и связаны, как правило, с детальным разбором отдельных вопросов лекционного курса. Только после усвоения лекционного материала с определенной точки зрения он будет закрепляться на практических занятиях как в результате обсуждения и анализа лекционного материала, так и с помощью решения проблемных ситуаций. При этих условиях студент не только хорошо усвоит материал, но и научится применять его на практике, а также получит дополнительный стимул для активной проработки лекции. К каждому занятию студенты готовятся заранее, необходимо написать краткий конспект на все вопросы, выносимые для обсуждения на практические занятия. По каждой теме должны быть докладчики с сообщением и презентацией. Докладчику следует подготовить практические примеры и/или ситуационные задачи для слушателей по теме своего сообщения. Создание и решение ситуационных задач оценивается дополнительными баллами. Важный критерий усвоения теоретического материала – умение решать проблемные ситуации и пройти тестирование по пройденному материалу. Если в процессе работы над изучением материала у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. Студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения.

	<p>Контроль текущей успеваемости студентов осуществляется преподавателем, ведущим практические занятия, по следующим показателям:</p> <ul style="list-style-type: none"> – посещаемость практических занятий; – эффективность работы студента в аудитории; – полнота выполнения домашних заданий; – результаты тестирования по всем разделам дисциплины.
<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Цели внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • стимулирование познавательного интереса; • закрепление и углубление полученных знаний и навыков; • развитие познавательных способностей и активности студентов, самостоятельности, ответственности и организованности; • подготовка к предстоящим занятиям; • формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; • формирование культуры умственного труда и самостоятельности в поиске и приобретении новых знаний и умений, и, в том числе, формирование компетенций. <p>Традиционные формы самостоятельной работы студентов следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции, т.е. дополнение конспекта учебным материалом (учебника, учебного пособия, первоисточника, дополнительной литературы, нормативных документов и материалом электронного ресурса и сети Интернет); - чтение текста (учебника, учебного пособия, первоисточника, дополнительной литературы); - конспектирование текста (работа со справочниками, нормативными документами); - составление плана и тезисов ответа; - подготовка сообщений на семинаре; - ответы на контрольные вопросы; - решение задач; - подготовка к практическому занятию; - подготовка к деловым играм, направленным на решение производственных ситуаций, на проектирование и моделирование профессиональной деятельности; - подготовка к практическому занятию; - подготовка к тестированию.
<p>Комплекс учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины, размещен в электронной информационно-образовательной среде КРИЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет и Электронную библиотеку (ЭБ КРИЖТ ИрГУПС) http://irbis.krsk.irkups.ru</p>	

**Приложение 1 к рабочей программе по дисциплине
Б1.В.07 Маркетинг персонала**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации по дисциплине**

Б1.В.07 Маркетинг персонала

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг персонала» участвует в формировании компетенций:

ОПК-5: способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации;

ПК-1: знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике;

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

**Таблица траекторий формирования у обучающихся компетенций ОПК-5, ПК-1, ПК-2
при освоении образовательной программы
(очное обучение)**

Код компетенции	Наименование компетенции	Индекс и наименование дисциплин, практик, участвующих в формировании компетенции	Семестр изучения дисциплины	Этапы формирования компетенции
ОПК-5	способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации	Б1.Б.09 Концепции современного естествознания	1	1
		Б1.Б.14 Менеджмент	2	2
		Б2.В.01(У) Учебная - по получению первичных профессиональных умений и навыков (ознакомительная)	2	2
		Б1.Б.10 Основы теории управления	3	3
		Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления	5	4
		Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте	5	4
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	6	5
		Б1.В.02 Методы принятия управленческих решений	7	6
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	7	6
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	8	7
ПК-1	знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной	Б1.В.ДВ.04.01 Конфликтология	2	1
		Б1.В.ДВ.04.02 Конфликт - менеджмент	2	1
		Б1.Б.15 Основы управления персоналом	4	2
		Б1.В.21 Инновационный менеджмент в управлении персоналом	5	3
		Б1.В.06 Стратегический менеджмент	5	3
		Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления	5	3
		Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте	5	3
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	6	4
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	7	5
Б2.В.04(Пд) Производственная - преддипломная	8	6		

	собственностью и умение применять их на практике	Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	8	6
ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Б1.Б.11 Маркетинг	4	1
		Б1.В.09 Рынок труда	5	2
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	6	3
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	7	4
		Б2.В.04(Пд) Производственная – преддипломная	8	5
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	8	5

Таблица соответствия уровней освоения компетенций ОПК-5, ПК-1, ПК-2 планируемыми результатам обучения

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименования разделов дисциплины	Уровни освоения компетенций	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)
ОПК-5	способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации	2 Система управления маркетинга персонала	Минимальный уровень	Знать: некоторые методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения
				Уметь: собирать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации
				Владеть: навыками анализа планов, стратегии и структуры организации
			Базовый уровень	Знать: методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения и некоторые из них в совершенстве
				Уметь: собирать и анализировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации
				Владеть: навыками анализа планов, стратегии и структуры организации; навыками анализа особенностей работы на различных участках производства
			Высокий уровень	Знать: в совершенстве методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения
				Уметь: собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации
				Владеть: навыками анализа планов, стратегии и структуры организации; навыками анализа особенностей работы на различных участках производства и конкретных рабочих местах
ПК-1	знанием основ разработки и	3 Реализация маркетинга	Минимальный уровень	Знать: кадровую политику и стратегию

	реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике	персонала в организации		организации структуру, цели, стратегию и кадровую политику организации				
				Уметь: собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации				
				Владеть: навыками анализа планов, стратегии и структуры организации навыками анализа структуры, планов и вакансий организации				
				Знать: структуру организации и вакантные должности (профессии, специальности)				
				Уметь: собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях и возможностях кадрового потенциала организации				
				Владеть: навыками разработки организационной структуры, планирование потребности в персонале организации				
			Базовый уровень	Знать: порядок определения перспективной и текущей потребности в кадрах				
				Уметь: собирать, анализировать и структурировать информацию о кандидатах и предложениях на рынке труда				
				Владеть: навыками построения организационной структуры с учетом плановой потребности в персонале и взаимодействия структурных подразделений организации				
				ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	1 Место маркетинга персонала в кадровой политики организации 2 Система управления маркетинга персонала 3 Реализация маркетинга персонала в организации	Минимальный уровень	Знать: локальные акты организации, регулирующие порядок обеспечения персоналом порядок оформления, ведения и хранения документации, связанной с поиском, привлечением, подбором и отбором персонала на вакантные должности порядок заключения договоров (контрактов)
								Уметь: формировать требования к вакантной должности (профессии, специальности) и определять критерии подбора персонала определять критерии поиска, привлечения, подбора и отбора персонала
								Владеть: навыками анализа особенностей организации работы и производства на конкретных рабочих местах навыками анализа рынка труда по организации работы на аналогичном производстве и рабочих местах навыками анализа рынка труда и персонала организации по профилю вакантной должности (профессии, специальности) навыками ведения информации о вакантных

				должностях (профессиях, специальностях) и кандидатах
			Базовый уровень	Знать: источники обеспечения организации кадрами технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора персонала
		Уметь: собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях рынка труда, включая предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала применять технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора кандидатов на вакантные должности (профессии, специальности) в соответствии с их спецификой использовать средства обеспечения персоналом, включая сопровождение		
		Владеть: навыками формирования требований к вакантной должности (профессии, специальности) и их коррекция навыками поиска во внутренних и внешних источниках информации о кандидатах, соответствующей требованиям вакантной должности (профессии, специальности) навыками размещения сведений о вакантной должности (профессии, специальности) в средствах массовой информации навыками выбора способов и методов привлечения персонала в соответствии с утвержденными планами навыками проверки информации о кандидатах на вакантные должности (профессии, специальности) навыками проведения собеседований и встреч с кандидатами на вакантные должности (профессии, специальности) с обеспечением обратной связи		
			Высокий уровень	Знать: методы анализа количественного и качественного состава персонала методики планирования и прогнозирования потребности в персонале
		Уметь: вносить корректирующие сведения в требования к кандидатам на вакантные должности (профессии, специальности) консультировать по вопросам рынка труда в части обеспечения персоналом консультировать по вопросам привлечения персонала составлять и контролировать статьи расходов на обеспечение персоналом для планирования бюджетов		
		Владеть: навыками информирования и консультирования руководителей подразделений и организации по вопросам рынка труда в части обеспечения персоналом		

				<p>навыками информирования и консультирования руководителей подразделений и организации по вопросам привлечения персонала с оценкой затрат навыками оценки соответствия кандидатов требованиям вакантной должности (профессии, специальности) навыками подготовки предложений по формированию бюджета на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала</p>
--	--	--	--	---

**Программа контрольно-оценочных мероприятий
за период изучения дисциплины
(очное обучение)**

№	Неделя	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (раздел дисциплины, компетенция, и т.д.)	Наименование оценочного средства (форма проведения)
7 семестр				
1	1 – 2	Текущий контроль	Тема «Роль маркетинга персонала на рынке труда»	ОПК-5, ПК-1, ПК-2
2	3	Текущий контроль	Тема «Концептуальные основы маркетинга персонала»	
3	4	Текущий контроль	Раздел 1 Место маркетинга персонала в кадровой политике организации	
4	5 – 6	Текущий контроль	Тема «Функции маркетинга персонала»	
5	7	Текущий контроль	Тема «Методологическая основа маркетинга персонала в организации»	
6	8	Текущий контроль	Раздел 2 Система управления маркетинга персонала	
7	9 – 10	Текущий контроль	Тема «Особенности формирования имиджа работодателя»	
8	11	Текущий контроль	Тема «Процесс реализации маркетинга персонала в организации»	
9	12	Текущий контроль	Тема «Обеспечение организации персоналом»	
10	13	Текущий контроль	Тема «Экономическая эффективность маркетинга персонала»	
11	14	Текущий контроль	Раздел 3 Реализация маркетинга персонала в организации	
12	15	Промежуточная аттестация – зачет	Разделы: 1 Место маркетинга персонала в кадровой политике организации 2 Система управления маркетинга персонала 3 Реализация маркетинга персонала в организации	ОПК-5, ПК-1, ПК-2
				Задание реконструктивного уровня
				Сообщение, доклад
				Тестирование (компьютерные технологии)
				Конспект лекций
				Задание реконструктивного уровня
				Тестирование (компьютерные технологии)
				Задание реконструктивного уровня
				Конспект лекции
				Задание реконструктивного уровня
				Конспект лекции
				Тестирование (компьютерные технологии)
				При выполнении запланированных работ по разделам курса или тест (компьютерные технологии) / теоретические вопросы и практические задания

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости – основной вид систематической проверки знаний, умений, навыков обучающихся. Задача текущего контроля – оперативное и регулярное управление учебной деятельностью обучающихся на основе обратной связи и корректировки. Результаты оценивания учитываются в виде средней оценки при проведении промежуточной аттестации.

Для оценивания результатов обучения используется четырехбалльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и/или двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Перечень оценочных средств, используемых для оценивания компетенций на различных этапах их формирования, а так же краткая характеристика этих средств приведены в таблице

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
Текущий контроль успеваемости			
1	Задания реконструктивного уровня	Задания, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.	Комплекты заданий реконструктивного уровня
2	Конспект лекций	Средство, позволяющее формировать и оценивать способность обучающегося к восприятию, обобщению и анализу информации. Может быть использовано для оценки знаний и умений обучающихся	Темы конспектов по темам
3	Сообщение, доклад	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Темы докладов, сообщений
4	Тестирование (компьютерные технологии)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Типовые тестовые задания
Промежуточный контроль			
5	Зачет	Средство, позволяющее оценить знания, умения, навыков и (или) опыта деятельности обучающегося по дисциплине.	При выполнении запланированных работ по разделам курса или тест (компьютерные технологии) / теоретические вопросы и практические задания

Критерии и шкалы оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета (в конце седьмого семестра), а также шкала для оценивания уровня освоения компетенций

Шкалы оценивания	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
«зачтено»	Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного материала. Правильно выполнил практические задания. Показал отличные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы	Высокий

	Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала. С небольшими неточностями выполнил практические задания. Показал хорошие умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Базовый
	Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. С существенными неточностями выполнил практические задания. Показал удовлетворительные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	Минимальный
«не зачтено»	Обучающийся при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенции не сформированы

Критерии и шкала оценивания тестовых заданий при промежуточной аттестации в форме зачета

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«зачтено»	Обучающийся верно ответил на 70 % и более тестовых заданий при прохождении тестирования
«не зачтено»	Обучающийся верно ответил на 69 % и менее тестовых заданий при прохождении тестирования

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Задания реконструктивного уровня

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	Обучающийся полностью и правильно выполнил задания. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями
«хорошо»	Обучающийся выполнил задания с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
«удовлетворительно»	Обучающийся выполнил задания с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Качество оформления работы имеет недостаточный уровень
«неудовлетворительно»	При выполнении заданий обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

Критерии и шкала оценивания конспекта

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	Конспект полный. В конспектируемом материале выделена главная и второстепенная информация. Установлена логическая связь между элементами конспектируемого материала. Даны определения основных понятий; основные формулы приведены с выводом, дана геометрическая иллюстрация. Приведены примеры
«хорошо»	Конспект полный. В конспектируемом материале выделена главная и второстепенная информация. Установлена не в полном объеме логическая связь между элементами конспектируемого материала. Даны определения основных понятий; основные формулы приведены без вывода, частично дана геометрическая иллюстрация. Примеры приведены частично
«удовлетворительно»	Конспект не полный. В конспектируемом материале не выделена главная и второстепенная информация. Не установлена логическая связь между элементами конспектируемого материала. Даны определения основных понятий; основные формулы приведены без вывода, нет геометрической иллюстрации. Примеры отсутствуют

«неудовлетворительно»	Конспект не удовлетворяет ни одному из критериев, приведенных выше
-----------------------	--

Доклад, сообщение

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	Доклад создан с использованием компьютерных технологий (презентация Power Point, Flash–презентация, видео-презентация и др.) Использованы дополнительные источники информации. Содержание заданной темы раскрыто в полном объеме. Отражена структура доклада (вступление, основная часть, заключение, присутствуют выводы и примеры). Оформление работы. Оригинальность выполнения (работа сделана самостоятельно, представлена впервые)
«хорошо»	Доклад создан с использованием компьютерных технологий (презентация Power Point, Flash–презентация, видео-презентация и др.) Содержание доклада включает в себя информацию из основных источников (методическое пособие), дополнительные источники информации не использовались. Содержание заданной темы раскрыто не в полном объеме. Структура доклада сохранена (вступление, основная часть, заключение, присутствуют выводы и примеры)
«удовлетворительно»	Доклад сделан устно, без использования компьютерных технологий. Содержание доклада ограничено информацией только из методического пособия. Содержание заданной темы раскрыто не в полном объеме. Отсутствуют выводы и примеры. Оригинальность выполнения низкая
«неудовлетворительно»	Доклад сделан устно, без использования компьютерных технологий и других наглядных материалов. Содержание ограничено информацией только из методического пособия. Заданная тема доклада не раскрыта, основная мысль сообщения не передана

Критерии и шкала оценивания тестирования при текущем контроле

Шкала оценивания	Критерии оценивания	
«отлично»	«зачтено»	Обучающийся верно ответил на 90 – 100 % тестовых заданий при прохождении тестирования
«хорошо»		Обучающийся верно ответил на 80 – 89 % тестовых заданий при прохождении тестирования
«удовлетворительно»		Обучающийся верно ответил на 70 – 79 % тестовых заданий при прохождении тестирования
«не удовлетворительно»	«не зачтено»	Обучающийся верно ответил на 69 % и менее тестовых заданий при прохождении тестирования

3 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

3.1 Типовые контрольные задания реконструктивного уровня

Ниже приведены образцы типовых вариантов заданий реконструктивного уровня, предусмотренных рабочей программой.

Образец типового варианта заданий реконструктивного уровня по теме «Методики, применяемые с целью диагностики стратегического положения организации на рынке труда»

Задание 1.

Провести диагностику стратегического положения ОАО «Российские Железные дороги», используя STER-анализ. Представить результаты проделанной работы в форме письменного отчета.

Задание 2.

Провести диагностику стратегического положения Сибирского филиала ПАО «РОСБАНК», используя матрицу EFEM. Представить результаты проделанной работы в форме письменного отчета.

Образец типового варианта заданий реконструктивного уровня по теме «Методические инструменты, оценивающие эффективность работы структурных подразделений и конкретных сотрудников организации»

Задание 1.

Оцените эффективность работы структурных подразделений и конкретных сотрудников в ОАО «Русал – Красноярский алюминиевый завод» по модели МВО. Представьте результаты проделанной работы в форме письменного отчета.

Задание 2.

Оцените эффективность работы структурных подразделений и конкретных сотрудников Сибирского филиала ПАО «РОСБАНК» в соответствии с методом HPWP. Представьте результаты проделанной работы в форме письменного отчета.

3.2 Типовые контрольные задания по написанию конспекта

Ниже приведены образцы типовых вариантов заданий по написанию конспекта, предусмотренных рабочей программой.

Образец типового варианта задания по написанию конспекта по теме «Функции маркетинга персонала»

1. Функции маркетинга персонала.
2. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования в области управления персоналом.
3. Маркетинговые исследования рынка труда.
4. Сегментирование рынка труда.
5. Исследование внутренней и внешней среды организации.

Учебная литература: Печеркина, И.Ф. Маркетинг персонала: учебно-методическое пособие для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» очной и заочной формы обучения : [16+] / И.Ф. Печеркина ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2018. – 96 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571474>. – Библиогр. в кн. – Текст : электронный. (§ 3, 4, 5, 6, 7).

Образец типового варианта задания по написанию конспекта по теме «Процесс реализации маркетинга персонала в организации»

1. Аутсорсинг персонала.
2. Лизинг персонала.
3. Аутстаффинг персонала.
4. Фриланс или временная работа.
5. Кадровое планирование.
6. Кадровый резерв предприятия.
7. Планирование штата персонала.

Учебная литература: Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учеб. пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 301 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-006649-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1013991> (дата обращения: 24.01.2023). – Режим доступа: по подписке. (глава 4 §4.2 – 4.4).

Образец типового варианта задания по написанию конспекта по теме «Экономическая эффективность маркетинга персонала»

1. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала.

Учебная литература: Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 384 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573267> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03584-5. – Текст : электронный. (глава 3 §3.4).

3.3 Типовые темы сообщений, докладов

Ниже приведены образцы типовых темы сообщений, докладов, предусмотренных рабочей программой.

Примерные темы докладов, сообщений по теме «Концептуальные основы маркетинга персонала»

1. Маркетинг персонала: от универсальных подходов к дифференцированным определениям.
2. Роль, значение, цели и условия для маркетинга на рынке труда.
3. Концепции маркетинга рабочей силы.
4. Маркетинговое управление персоналом. Баланс рабочей силы и рабочих мест.
5. Функции макро- и микромаркетинга в сфере занятости.

3.4 Типовые тестовые задания по дисциплине

Тестирование проводится по окончании и в течение семестра по завершению изучения дисциплины и раздела (контроль/проверка остаточных знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности). Компьютерное тестирование обучающихся по разделам и дисциплине используется при проведении текущего контроля знаний обучающихся. Результаты тестирования могут быть использованы при проведении промежуточной аттестации.

Тесты формируются из фонда тестовых заданий по дисциплине.

Тест (педагогический тест) – это система заданий – тестовых заданий возрастающей трудности, специфической формы, позволяющая эффективно измерить уровень знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся.

Тестовое задание (ТЗ) – варьирующаяся по элементам содержания и по трудности единица контрольного материала, минимальная составляющая единица сложного (составного) педагогического теста, по которой испытуемый в ходе выполнения теста совершает отдельное действие.

Фонд тестовых заданий (ФТЗ) по дисциплине – это совокупность систематизированных диагностических заданий – тестовых заданий (ТЗ), разработанных по всем тематическим разделам (дидактическим единицам) дисциплины (прошедших апробацию, экспертизу, регистрацию и имеющих известные характеристики) специфической формы, позволяющей автоматизировать процедуру контроля.

Типы тестовых заданий:

ЗТЗ – тестовое задание закрытой формы (ТЗ с выбором одного или нескольких правильных ответов);

ОТЗ – тестовое задание открытой формы (с конструируемым ответом: ТЗ с кратким регламентируемым ответом (ТЗ дополнения); ТЗ свободного изложения (с развернутым ответом в произвольной форме)).

Структура тестовых материалов по дисциплине «Маркетинг персонала»

Компетенция	Тема в соответствии с РПД (с соответствующим номером)	Содержательный элемент	Характеристика содержательного элемента	Количество тестовых заданий, типы ТЗ
ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Тема 1 «Роль маркетинга персонала на рынке труда»	Особенности российского рынка труда	Знание	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Условия для маркетинговой деятельности на рынке труда	Знания	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Значение маркетинга на рынке труда	Знания	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Тема 2 «Концептуальные основы маркетинга персонала»	Факторы формирования технологий маркетинга персонала	Умения	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Основные концепции маркетинга персонала	Знания	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
		Сущность и принципы маркетинга персонала	Действия	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ

Компетенция	Тема в соответствии с РПД (с соответствующим номером)	Содержательный элемент	Характеристика содержательного элемента	Количество тестовых заданий, типы ТЗ
ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Тема 3 «Функции маркетинга персонала»	Информационная функция маркетинга персонала	Умения	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
		Коммуникативная функция маркетинга персонала	Умения	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Ценовая функция маркетинга персонала	Умения	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
ОПК-5: способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации	Тема 4 «Методологическая основа маркетинга персонала в организации»	Основные характеристики рабочей силы	Знание	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Принципы изучения рабочей силы	Действия	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
		Товар «рабочая сила» в системе маркетинга	Умения	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Тема 5 «Особенности формирования имиджа работодателя»	Имидж фирмы: понятие, виды, функции, адресаты	Знание	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
		Имидж фирмы, репутация, брендинг	Знание	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
		Разработка и формирование имиджа работодателя	Умения	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Тема 6 «Процесс реализации маркетинга персонала в организации»	Подходы к реализации маркетинга персонала в организации	Знание	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Основные этапы реализации маркетинга персонала	Умения	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Контроль реализации маркетинга персонала	Действия	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
ПК-1: знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом,	Тема 7 «Обеспечение организации персоналом»	Трудовой потенциал человека	Знание	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ

Компетенция	Тема в соответствии с РПД (с соответствующим номером)	Содержательный элемент	Характеристика содержательного элемента	Количество тестовых заданий, типы ТЗ
кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике		Процедура обеспечения организации персоналом	Действия	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
		Планирование и прогнозирование потребности в персонале	Умения	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Тема 8 «Экономическая эффективность маркетинга персонала»	Методологические подходы к оценки эффективности маркетинга персонала	Знания	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Экономическая оценка эффективности маркетинга персонала	Действия	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
		Социальная эффективность маркетинга персонала	Действия	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
Итого				84 – ЗТЗ 84 – ОТЗ

Полный комплект ФТЗ хранится в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС и обучающийся имеет возможность ознакомиться с демонстрационным вариантом ФТЗ.

Ниже приведен образец типового варианта итогового теста, предусмотренного рабочей программой дисциплины

*Образец типового варианта итогового теста,
предусмотренного рабочей программой дисциплины*

Количество ОТЗ – 15 (50%), ЗТЗ – 15 (50%)

Норма времени – 40 мин.

1. Факторы, характеризующие уровень урбанизации, поло-возрастную структуру населения, режимы его воспроизводства:

- социально-экономические
- социально-демографические
- технико-экономические
- организационно-политические

2. Факторы, обуславливающие различия в уровне подвижности населения и приемлемых формах организации занятости:

- социально-экономические

- социально-культурные
- организационно-политические
- технико-экономические

3. ... – система отношений, складывающихся между работодателем и наемным работником по поводу спроса и предложения рабочей силы и ее воспроизводства, обеспечивающих процесс непрерывного общественного развития.

4. ... – вид деятельности, направленный на достижение оптимального соответствия между спросом и предложением рабочей силы с целью удовлетворения потребности в труде всех субъектов трудовых отношений.

5. Концепция маркетинга, основанная на убеждении, что если оставить потребителю право самостоятельно решать вопрос о найме работника, то предпочтения потребительского выбора останутся неизменными:

- продвижения товара "рабочая сила"
- ценовая
- традиционного маркетинга
- социальных предпочтений

6. Концепция маркетинга, согласно которой повышение стоимости рабочей силы способно привести к лучшей практической отдаче, производительности труда:

- ценовая
- традиционного маркетинга
- социальных предпочтений
- потребительского выбора

7. ... – это программа определенных действий личности, которая должна создать максимально благоприятные условия для реализации главного "товара", которым обладают все здоровые, самодельные члены общества.

8. ... рабочей силы – это выбор максимизирующей функции полезности соединения способности к труду с капиталом в условиях их ограниченности.

9. Функция маркетинга персонала, состоящая в создании пояснительного базиса, который представляет собой основу планирования в области сегментирования рынка и коммуникаций по целевым группам:

- информационная
- коммуникативная
- ценовая
- инновационная

10. ... факторы – условия, которые организация как субъект управления не может изменить, но должна учитывать для правильного определения потребности в персонале и оптимальных источников покрытия этой потребности.

11. ... рынка труда – процесс разделения спроса на персонал и его предложения на отдельные элементы, отличающиеся сходной реакцией на определенный мотив занятости.

12. Активные пути покрытия потребности в персонале:

- организация набирает персонал непосредственно в учебных заведениях
- организация представляет заявки по вакансиям в местные или межрегиональные службы занятости
- организация сообщает о своих вакантных местах через рекламные объявления в средствах массовой информации и специальных изданиях
- организация ожидает претендентов после проведения рекламной компании местного характера

13. Расширенные характеристики рабочей силы:

- знания, умения, навыки, необходимые для выполнения профессиональных функций
- территориальная принадлежность, жизненный цикл семьи, уровень образования
- психологическая сфера, тип темперамента, опыт профессиональной деятельности
- стиль руководства, профессиональная мобильность

14. Специфические характеристики рабочей силы:

- предмет труда, средства труда, цель труда, условия труда, характеристики трудовой активности
- пол, возраст, семейное положение, место жительства, национальность, состояние здоровья
- ценностные ориентации, коммуникативная сфера, эмоциональная сфера, волевая сфера
- свойства, выражающие отношение к работе, профессиональная мобильность, географическая мобильность

15. ... на рынке – это обеспечение товару (применительно к рынку труда - услугам труда, рабочей силе) четко отличного от другого места на рынке.

16. ... рынка – это совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность на рынке.

17. Адресаты имиджа, рассчитывающие на привлекательность бизнеса, которым занимается фирма, компетентный менеджмент, устойчивость бизнеса:

- потребители
- инвесторы
- органы государственной власти
- общественные организации

18. Вид имиджа, дающий представления о фирме как субъекте определенной деятельности, которые проявляются в деловой репутации, деловой активности на рынке:

- товара
- социальный
- бизнес-имидж
- визуальный

19. ... компании – разница между ценой приобретения бизнеса и балансовой стоимостью активов, уменьшенной на величину обязательств.

20. ... – торговая марка (зарегистрированное название), имеющая определенную стоимость за счет ценности сопутствующего ей имиджа (репутации).

21. Форма взаимодействия предприятия с системными партнерами, предполагающая объединение минимум двух единомышленников для достижения поставленной цели:

- создание коалиции
- лоббирование
- связи с общественностью
- представительства

22. Форма взаимодействия предприятия с системными партнерами, предполагающая склонение государственных органов к принятию законов, политических решений или распределению ресурсов, отвечающих интересам определенных групп:

- лоббирование
- создание коалиций
- связи с общественностью
- представительства

23. ... – процесс обеспечения достижения организацией своих целей.

24. Косвенные рекламно-презентационные мероприятия организации:

- посещение предприятия (экскурсии)
- контакты с институтами, которые на рынке труда могут формировать мнение о предприятии
- руководство курсовыми, дипломными и диссертационными работами
- учреждение стипендий на исследования

25. Трудовой потенциал ... – интегральная характеристика количества, качества и меры совокупной способности работников к труду.

26. Трудовой потенциал ... – способность совершенствоваться в процессе труда, решать новые задачи, возникающие в результате изменений в производстве.

27. ... потенциал - способности и склонности человека, состояние его здоровья, работоспособность, выносливость, тип нервной системы ит.п.

28. ... труда – напряженность труда, степень расходования рабочей силы (физических, умственных и нервных усилий) в единицу времени.

29. Совокупность параметров, определяющих потенциальные возможности трудоустройства, стабилизации занятости, эффективного использования рабочей силы, минимизации ее неоправданных перемещений:

- интенсивность
- качество
- мобильность
- напряженность

30. Постоянство состава работников, сочетающееся с их рациональной подвижностью (в связи с должностным и профессиональным продвижением работников, их квалификационным ростом):

- интенсивность
- качество
- стабильность
- напряженность

3.5 Перечень теоретических вопросов к зачету (для оценки знаний)

1. Сформулируйте понятие рынка труда. Каковы особенности российского рынка труда? Перечислите принципы формирования организованного рынка труда.

2. Каковы условия для маркетинговой деятельности на рынке труда? Назовите основных субъектов рынка труда.

3. В чем значение маркетинга на рынке труда?

4. Перечислите и раскройте содержание факторов формирования технологий маркетинга персонала.

5. Перечислите и раскройте содержание основных концепций маркетинга персонала.

6. В чем заключается сущность и каковы принципы маркетинга персонала?

7. Раскройте основные задачи стратегического и оперативного уровней маркетинга персонала.

8. Раскройте сущностное содержание видов маркетинга персонала: маркетинг-микс, массовая стратегия маркетинга, целевая стратегия маркетинга.

9. Каковы особенности постановки и структуризации целей маркетинга персонала?

10. Раскройте сущностное значение информационной функции маркетинга персонала.

11. Раскройте сущностное содержание коммуникативной функции маркетинга персонала.

12. Раскройте сущностное значение ценовой функции маркетинга персонала.

13. Перечислите основные характеристики и принципы изучения рабочей силы.

14. Что такое «конъюнктура рынка»? Назовите факторы, определяющие конъюнктуру предложения рабочей силы, и факторы конъюнктуры, влияющие на динамику и структуру спроса на рабочую силу.

15. Сформулируйте определение понятий «емкость рынка труда», «позиционирование товара «рабочая сила» на рынке».

16. Раскройте особенности товара «рабочая сила» в системе маркетинга.
17. Раскройте содержание понятия «имидж фирмы». Каковы его основные виды и функции?
18. Кто является адресатами имиджа? Каковы их имиджевые ожидания?
19. В чем сходство и отличие между имиджем и репутацией фирмы.
20. Каким образом формируется имидж работодателя? Раскройте вариант имиджевого профиля предприятия-работодателя.
21. Раскройте содержание подхода Р. Бюннера к реализации маркетинга персонала в организации.
22. Охарактеризуйте основные этапы реализации маркетинга персонала по версии немецкого ученого Е. Дитманна.
23. Каким образом осуществляется контроль реализации маркетинга персонала?
24. Сформулируйте определения понятий «трудовой потенциал человека», «трудовой потенциал работника», «трудовой потенциал организации». Какова структура трудового потенциала организации?
25. Раскройте процедуру обеспечения организации персоналом.
26. Каким образом осуществляется планирование и прогнозирование потребности в персонале? Охарактеризуйте основные этапы планирования.
27. Раскройте методологические подходы к оценке эффективности маркетинга персонала.
28. Каким образом можно повысить уровень экономических результатов совокупного труда персонала предприятия?
29. Каким образом осуществляется оценка эффективности маркетинга персонала? Сформулируйте общие критерии эффективности управления маркетингом рабочей силы.

3.6 Перечень типовых простых практических заданий к зачету (для оценивания результатов обучения в виде умений)

1. Составьте профессиограмму на одну из административных должностей в компании (менеджер по персоналу, главный бухгалтер и т. п.). Выделите основные профессиональные компетенции, способствующие эффективной работе на данной должности.
2. Разработайте кадровую заявку на одну из административных должностей в компании, в соответствии с профессиограммой, указанной в предыдущем задании.
3. Разработайте требования к оценке профессиональных компетенций, включенных в кадровую заявку, и вопросы или кейсовые ситуации, способствующие их выявлению.
4. Разработайте требования к оценке личностных качеств работников и вопросы или кейсовые ситуации, способствующие их выявлению.
5. Составьте анкету из 10 вопросов для выявления имиджа работодателя с точки зрения соискателей.
6. Используя материалы сети интернет или данные предприятия, на котором вы работаете, или проходили практику, опишите позитивные и негативные проявления имиджа компании как работодателя, основываясь на приведенных выше критериях.
7. Проведите сегментирование рынка потенциальных выпускников на своем курсе в рамках выделения целевых групп по указанным признакам.
8. Составьте анкету из 10 вопросов, для изучения критериев сегментирования тех или иных целевых групп работников (специальности можно взять по своему выбору).
9. Сформулируйте основную цель обучения по данной дисциплине, исходя из своей потенциальной профессии. Укажите, что Вы должны знать и уметь (т. е. знания и навыки) по окончании курса обучения дисциплины «Маркетинг персонала».
10. Руководствуясь динамикой уровня занятости населения за последние 5 лет в России, сделайте выводы об изменении спроса и предложения на рынке труда и определите взаимосвязь с макроэкономическими явлениями, имевшими место в этот временной период.

3.7 Перечень типовых комплексных практических заданий к зачету (для оценки навыков и (или) опыта деятельности)

1. Вас назначили руководителем департамента по управлению персоналом предприятия по производству наукоемкой продукции, перед которым сформировано задание – выпуск новой продукции. Срок разработки – один год. За это время требуется организовать дополнительное подразделение, обеспечивающее выпуск этой продукции. В структуру нового подразделения должны войти: инженеры-конструкторы – 2 чел.; инженеры-исследователи – 2 чел.; руководитель нового структурного

подразделения – 1 чел.; экономист – 1 чел.; специалист ИТ-технологий – 2 чел.; технолог-нормировщик – 1 чел.; токарь – 12 чел.; фрезеровщик – 10 чел.; комплектовщик – 5 чел.

Вопросы:

1. Насколько необходим маркетинговый подход для формирования 7 структуры нового подразделения?

2. Каким образом будут задействованы маркетинговые функции, при формировании структуры нового подразделения организации?

3. Каким образом будет произведена сегментация рынка труда?

4. Какие базы данных можно вести в данном случае?

2. Вы – начальник цеха. После реорганизации Вам срочно необходимо заново укомплектовать несколько бригад согласно новому штатному расписанию. Что из предложенных ниже вариантов будет наиболее оптимальным? Обоснуйте каждый пункт.

а) Возьметесь за дело сами, изучите списки и личные дела работников цеха, предложите свой проект на собрании коллектива.

б) Предложите решить данный вопрос службе управления персоналом.

в) Предложите высказать свои пожелания всем заинтересованным лицам, создадите группы по комплектованию новых бригад.

г) Определите, кто будет возглавлять новые бригады и участки, затем поручите этим людям подать свои предложения по составу бригад.

3. Задание 1. Рассчитайте годовое предложение рабочей силы на основании следующих данных: население города составляет 800 тыс. чел.; в качестве безработных зарегистрированы 13 тыс. чел., в течение года с предприятий города высвобождено 44 тыс. чел., из которых 15 тыс. трудоустроены на тех же предприятиях; на рынок труда вступают 5 тыс. ранее не работавших человек; сальдо миграции трудовых ресурсов составляет 2 тыс. чел.

4. Определить дополнительный спрос на рабочую силу в течение года на основании следующих данных: численность работников на предприятиях города на начало года составила 500 тыс. чел., плановая численность на конец года – 480 тыс. чел. В течение года с предприятий города было высвобождено 60 тыс. чел., из них 28 тыс. чел. трудоустроены на тех же предприятиях.

5. Определить, как изменятся спрос, предложение, потенциальное трудоустройство, недостаток и избыток рабочих в машиностроительной промышленности города вследствие действия заказа на дополнительное производство машиностроительной продукции, 15 рассчитанный на использование 1 тыс. чел. дополнительно, если первоначальный спрос и предложение на рабочих составляли, соответственно, 10 тыс. и 5 тыс. чел., из которых 2 тыс. чел. были трудоустроены.

6. Рассчитать текущее предложение рабочей силы и спрос на нее в службе занятости, а также реализованное и нереализованное предложения, если известны следующие данные: незанятые на начало года – 479 тыс. чел., незанятые, обратившиеся в службу занятости в течение года – 2278 тыс. чел., обратилось желающих сменить работу – 82 тыс. чел., трудоустроено незанятых – 2839 тыс. чел., трудоустроено желающих сменить работу – 11 тыс. чел., остаток вакансий – 429 тыс. чел.

7. Расходы рабочего и его семьи на питание и другие жизненные средства, потребляемые ежедневно, составляют 20 ден. ед. Кроме того, на покупки, которые производятся раз в неделю, расходуется 40 ден. ед., раз в квартал – 400 ден. ед., раз в полгода – 800 ден. ед., раз в год – 4200 ден. ед. Определить дневную стоимость рабочей силы.

8. Спроектировать разделение труда в процессе выполнения 19 службой управления персоналом своих функций, построить организационную структуру и схему функциональных взаимосвязей этой службы с другими подразделениями и специалистами. В таблице (см. ниже) проставить символы, отражающие степень участия отдельных функциональных подразделений или должностных лиц в выполнении конкретных функций службы управления персоналом.

Таблица – Функциональное разделение труда в службе по управлению персоналом

Функции	Директор организации	Главный инженер	Директор службы по управлению персоналом	Служба управления персоналом	Юридический отдел	Производственно-экономический отдел	Бухгалтерия	Отдел маркетинга	IT-специалист
Подбор и расстановка кадров									
Составление плана по потребности в персонале, включая планирование рабочих мест									
Оформление приема, перевода, увольнения работников									
Аттестация работников									
Организация рационального использования персонала									
Разработка систем стимулирования работников									
Премирование персонала в соответствии с Положением									
Обучение персонала									

Символы:

О – отвечает за выполнение данной функции (например, 20 организует ее выполнение, подготавливает и оформляет окончательный документ);

П (И) – предоставляет информацию (т.е. исходные данные, необходимые для выполнения данной функции), ведет базы данных, поддерживает корпоративную информационную систему;

У – участвует в выполнении данной функции (например, реализует принятые решения, выполняет частные подфункции);

С – согласовывает подготовленный документ или отдельные вопросы в процессе выполнения данной функции;

« _____ » – в работе не участвует;

Р – принимает окончательное решение, утверждает, подписывает документ.

9. Проанализируйте и сформулируйте систему требований, которые организация-работодатель предъявляет к менеджеру по персоналу, претендующему на вакансию. Обоснуйте ответ.

Параметры

1. Способности:

- а) уровень полученного образования;
- б) необходимые знания (основные и дополнительные);
- в) практические навыки в определенной сфере профессиональной деятельности;
- г) опыт работы в определенных должностях;
- д) навыки сотрудничества и взаимопомощи.

2. Свойства:

- а) личностные качества, необходимые для определенного вида деятельности;
- б) способность к восприятию профессиональных нагрузок;

в) способность к концентрации памяти, внимания, усилий и т.п.

3. Мотивационные установки:

а) сфера профессиональных интересов;

б) стремление к самовыражению и самореализации;

в) способность к обучаемости;

г) заинтересованность в работе по определенной должности, определенность профессиональных перспектив.

10. Прочитайте предлагаемый ниже текст и предложите мероприятия по:

1) повышению лояльности персонала потребителям в сфере индустрии красоты;

2) формированию клиентоориентированности общественного питания.

Клиенты предрасположены делиться отрицательной информацией намного чаще, чем позитивной. Один недовольный обслуживанием клиент может настроить против компании десятки человек, а через социальные сети – сотни человек получают негативную.

По данным Американской ассоциации потребителей, привлечение новых клиентов стоит в 5 раз дороже, чем удержание уже существующих. И именно качественный сервис – лучший способ удержать клиентов. Исследования показывают, что группы сотрудников с высоким уровнем удовлетворенности часто демонстрируют показатели выше среднего в отношении следующих характеристик: лояльность потребителей (56%), продуктивность (50%), доходность (33%).

Большинство компаний ежегодно теряют до 30% своих клиентов, и основная часть уходит из-за плохого обслуживания.

Кроме того, ситуацию усугубляет высокая конкуренция на рынке, ужесточение требований клиентов персонала...

4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В таблице приведены описания процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств в соответствии с рабочей программой дисциплины

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Задания реконструктивного уровня	Выполнение заданий реконструктивного уровня, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся во время практических занятий. Вариантов заданий по теме не менее пяти. Во время выполнения заданий пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему, количество заданий и время выполнения заданий
Конспект лекций	Преподаватель не менее, чем за неделю до срока выполнения конспекта должен довести до сведения обучающихся тему конспекта и указать необходимую учебную литературу. Темы и перечень необходимой учебной литературы выложены в электронной информационно-образовательной среде КРИЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет. Конспект должен быть выполнен в установленный преподавателем срок. Конспекты в назначенный срок сдаются на проверку
Сообщение, доклад	Преподаватель на первом практическом занятии знакомит студентов с тематикой и требованиями к докладу. Темы и перечень необходимой учебной литературы выложены в электронной информационно-образовательной среде КРИЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.
Тестирование (компьютерные технологии)	Тестирования, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся во время практических занятий. Тестирование проводится с использованием компьютерных технологий. Варианты тестовых заданий формируются случайно из базы ТЗ. Во время выполнения заданий пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено

Описание процедур проведения промежуточной аттестации в форме зачета и оценивания результатов обучения

Проведение промежуточной аттестации в форме зачета у студентов очной формы обучения позволяет сформировать среднюю оценку по дисциплине по результатам текущего контроля (при этом могут учитываться результаты рубежного и итогового тестирования по дисциплине), так как оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Для чего преподаватель находит среднюю оценку уровня сформированности компетенций у обучающегося, как сумму всех полученных оценок, деленную на число этих оценок.

Шкала и критерии оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета по результатам текущего контроля

Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка
Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»
Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»

Зачет проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов и практических заданий. На зачете для подготовки ответа на вопросы обучающемуся отводится время в пределах 15 минут. В процессе ответа обучающегося на вопросы и задания, преподаватель может задавать дополнительные вопросы.

Для организации и проведения промежуточной аттестации (в форме зачета) составляются 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:

- перечень теоретических вопросов к зачету для оценки знаний;
- перечень практических заданий к зачету для оценки умений и действий.

Перечень теоретических вопросов и практических заданий к зачету обучающиеся получают в начале семестра через электронную информационно-образовательную среду ИрГУПС (личный кабинет обучающегося).