

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 – заочная

Нормативный срок обучения – 5 лет

Кафедра-разработчик программы – Управление персоналом

Общая трудоемкость в з.е. – 2

Часов по учебному плану – 72

Формы промежуточной аттестации, курс:

зачет – 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4	Итого
Вид занятий	Часов по учебному плану	Часов по учебному плану
Аудиторная контактная работа по видам учебных занятий	8	8
- лекции	4	4
- практические	4	4
Самостоятельная работа	60	60
Зачет	4	4
Итого	72	72

КРАСНОЯРСК

Электронный документ выгружен из ЕИС ФГБОУ ВО ИрГУПС и соответствует оригиналу

Подписант ФГБОУ ВО ИрГУПС Трофимов Ю.А.

00a73c5b7b623a969ccad43a81ab346d50 с 08.12.2022 14:32 по 02.03.2024 14:32 GMT+03:00

Подпись соответствует файлу документа



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 ООП	
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 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)
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/	Курс	Часов	Код компетенции	Литература
1.0	Раздел 1. Место маркетинга персонала в кадровой политике организации				
1.1	Роль маркетинга персонала на рынке труда: изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	4	6	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.3.1, 6.1.4.1
1.2	Концептуальные основы маркетинга персонала: изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	4	6	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.3.1, 6.1.4.1
2.0	Раздел 2. Система управления маркетинга персонала				
2.1	Функции маркетинга персонала: изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	4	6	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.3.1, 6.1.4.1
2.2	Методологическая основа маркетинга персонала в организации: изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	4	6	ОПК-5	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.3.1, 6.1.4.1
3.0	Раздел 3. Реализация маркетинга персонала в организации				
3.1	Особенности формирования имиджа работодателя: изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	4	6	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.3.1, 6.1.4.1
3.2	Процесс реализации маркетинга персонала в организации. /Лек/	4	2	ПК-2	6.1.1.2, 6.1.3.1
3.3	Процесс реализации маркетинга персонала в организации: изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	4	2	ПК-2	6.1.1.2, 6.1.4.1
3.4	Обеспечение организации персоналом. /Лек/	4	2	ПК-1	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.3.1
3.5	Занятие «Планирование потребности в персонале» /Пр/	4	2	ПК-1	6.1.2.1, 6.1.3.2
3.6	Занятие «Видеокейс «Интервью с соискателем» /Пр/	4	2	ПК-1	6.1.2.1, 6.1.2.3, 6.1.3.2
3.7	Обеспечение организации персоналом: изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	4	2	ПК-1	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.3.1, 6.1.4.1
3.8	Экономическая эффективность маркетинга персонала: изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу /Ср/	4	6	ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.3.1, 6.1.4.1
4.0	Выполнение контрольной работы /Ср/	4	16	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.2.1, 6.1.2.2, 6.1.2.3, 6.1.3.1, 6.1.3.2, 6.1.4.1, 6.1.4.2
5.0	Подготовка к зачету /Ср/	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.1.3, 6.1.2.1, 6.1.2.2, 6.1.2.3, 6.1.3.1, 6.1.3.2, 6.1.4.1, 6.1.4.2
6.0	Зачет	4	4	ОПК-5, ПК-1, ПК-2	
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 издания	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% online
6.1.1.1	Кибанов А.Я., Дуракова И.Б.	Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учеб. пособие для ВУЗов [Электронный ресурс]. – http://new.znanium.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&id=573267	Москва : Дашков и К°, 2020.	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.	100 % онлайн

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% online
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.	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.	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.	100 % онлайн

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% online
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%2F%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%2F%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/ 100% online
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%2F%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%2F%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. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ				
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:
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	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг персонала • Имидж организации • Конкурентоспособность рабочей силы • Потребность в персонале • Рынок труда
Практическое занятие	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Важный критерий усвоения теоретического материала – умение решать проблемные ситуации и пройти тестирование по пройденному материалу.</p> <p>Если в процессе работы над изучением материала у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удается, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. Студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения.</p> <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.
Самостоятельная работа	<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; - подготовка к внеаудиторной контрольной работе; - подготовка к зачету.
Зачет	<p>Зачет проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов и типовых практических задач (не более двух теоретических и двух практических) или в форме тестирования.</p> <p>Перечень теоретических вопросов и перечень типовых практических заданий разного уровня сложности обучающиеся получают в начале курса через электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС (личный кабинет обучающегося).</p> <p>Полный комплект ФТЗ хранится в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС и обучающийся имеет возможность ознакомиться с демонстрационным вариантом ФТЗ</p>
<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.irgups.ru</p>	

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
(заочное обучение)**

Код компетенции	Наименование компетенции	Индекс и наименование дисциплин, практик, участвующих в формировании компетенции	Курс 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.10 Основы теории управления	2	2
		Б2.В.01(У) Учебная - по получению первичных профессиональных умений и навыков (ознакомительная)	2	2
		Б1.Б.14 Менеджмент	2,3	2
		Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления	3	3
		Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте	3	3
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	3	3
		Б1.В.02 Методы принятия управленческих решений	4	4
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	4	4
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	5	5
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	Б1.В.ДВ.04.01 Конфликтология	1	1
		Б1.В.ДВ.04.02 Конфликт - менеджмент	1	1
		Б1.Б.15 Основы управления персоналом	3	2
		Б1.В.ДВ.06.01 Исследование систем управления	3	2
		Б1.В.ДВ.06.02 Системный анализ в менеджменте	3	2
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	3	2
		Б1.В.21 Инновационный менеджмент в управлении персоналом	4	3
		Б1.В.06 Стратегический менеджмент	4	3
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	4	3
		Б2.В.04(Пд) Производственная - преддипломная	5	4
Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	5	4		
ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга	Б1.Б.11 Маркетинг	3	1
		Б1.Б.13 Основы кадровой политики и кадрового планирования	3	1
		Б1.В.09 Рынок труда	4	2
		Б1.В.07 Маркетинг персонала	4	2

	персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Б2.В.04(Пд) Производственная – преддипломная	5	3
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	5	3

**Таблица соответствия уровней освоения компетенций ОПК-5, ПК-1, ПК-2
планируемым 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 реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации,	3 Реализация маркетинга персонала в организации	Минимальный уровень	Знать: кадровую политику и стратегию организации структуру, цели, стратегию и кадровую политику организации
				Уметь: собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на

	<p>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</p>			<p>различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации</p>				
				<p>Владеть: навыками анализа планов, стратегии и структуры организации навыками анализа структуры, планов и вакансий организации</p>				
				<p>Знать: структуру организации и вакантные должности (профессии, специальности)</p>				
				<p>Уметь: собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях и возможностях кадрового потенциала организации</p>				
				<p>Владеть: навыками разработки организационной структуры, планирование потребности в персонале организации</p>				
				<p>Базовый уровень</p>				
				<p>Знать: порядок определения перспективной и текущей потребности в кадрах</p>				
				<p>Уметь: собирать, анализировать и структурировать информацию о кандидатах и предложениях на рынке труда</p>				
				<p>Владеть: навыками построения организационной структуры с учетом плановой потребности в персонале и взаимодействия структурных подразделений организации</p>				
				<p>Высокий уровень</p>				
				ПК-2	<p>знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике</p>	<p>1 Место маркетинга персонала в кадровой политике организации</p> <p>2 Система управления маркетинга персонала</p> <p>3 Реализация маркетинга персонала в организации</p>	<p>Минимальный уровень</p>	<p>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)</p>
								<p>Уметь: формировать требования к вакантной должности (профессии, специальности) и определять критерии подбора персонала определять критерии поиска, привлечения, подбора и отбора персонала</p>
<p>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,</p>								

				специальностях) и кандидатах
			Базовый уровень	<p>Знать: источники обеспечения организации кадрами технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора персонала</p>
				<p>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</p>
			Высокий уровень	<p>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</p>
				<p>Знать: методы анализа количественного и качественного состава персонала методики планирования и прогнозирования потребности в персонале</p>
				<p>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</p>
				<p>Владеть: навыками информирования и</p>

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

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

№	Курс	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (раздел дисциплины, компетенция, и т.д.)	Наименование оценочного средства (форма проведения)
1	4	Текущий контроль	Тема «Роль маркетинга персонала на рынке труда»	ПК-2 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
2	4	Текущий контроль	Тема «Концептуальные основы маркетинга персонала»	ПК-2 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
3	4	Текущий контроль	Раздел 1 «Место маркетинга персонала в кадровой политике организации»	ПК-2 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
4	4	Текущий контроль	Тема «Функции маркетинга персонала»	ПК-2 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
5	4	Текущий контроль	Тема «Методологическая основа маркетинга персонала в организации»	ОПК-5 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
6	4	Текущий контроль	Раздел 2 «Система управления маркетинга персонала»	ПК-2 ОПК-5 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
7	4	Текущий контроль	Тема «Особенности формирования имиджа работодателя»	ПК-2 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
8	4	Текущий контроль	Тема «Процесс реализации маркетинга персонала в организации»	ПК-2 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
9	4	Текущий контроль	Тема «Обеспечение организации персоналом»	ПК-1 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно) Задание реконструктивного уровня
10	4	Текущий контроль	Тема «Экономическая эффективность маркетинга персонала»	ПК-2 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
11	4	Текущий контроль	Раздел 3 «Реализация маркетинга персонала в организации»	ПК-1 ПК-2 Внеаудиторная контрольная работа (письменно) и ее защита (устно)
12	4	Промежуточная аттестация – зачет	Разделы: 1 Место маркетинга персонала в кадровой политике организации 2 Система управления маркетинга персонала	ОПК-5, ПК-1, ПК-2 Тест (компьютерные технологии) / теоретические вопросы и практические задания

			3 Реализация маркетинга персонала в организации		
--	--	--	---	--	--

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	Внеаудиторная контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по дисциплине. Содержит задания для проверки знаний, умений и навыков студентов заочной формы обучения	Типовое задание (полный комплект контрольных заданий внеаудиторной контрольной работы для заочной формы размещен в составе Методических указаний по выполнению контрольной работы для студентов заочной формы обучения)
2	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
Промежуточный контроль			
3	Зачет	Средство, позволяющее оценить знания, умения, навыков и (или) опыта деятельности обучающегося по дисциплине.	Тест (компьютерные технологии) / теоретические вопросы и практические задания

Критерии и шкалы оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета (на 4 курсе – для заочной формы обучения), 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	Минимальный

	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	
«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

Внеаудиторная контрольная работа (КР)

Шкала оценивания	Критерий оценки
«зачтено»	Задание выполнено по условию и в соответствии с требованиями к содержанию контрольной работы. Обучающийся полностью и правильно выполнил задание КР или допущены незначительные ошибки. Даны выводы к результатам исследований. При защите ответил на поставленные вопросы полностью или с частичными неточностями. КР оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.
«не зачтено»	Задание выполнено не по условию и не соответствует требованиям к содержанию контрольной работы. Обучающийся при ответе на поставленные вопросы и при выполнении заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений, допустил грубые ошибки при обработке и интерпретации результатов исследования. Отсутствуют выводы по результатам исследования. При ответах на вопросы в процессе защиты было допущено множество неправильных ответов или ответов, демонстрирующих, что студент не ориентируется в материале.

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

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 для проведения контрольных работ (для заочного обучения)

Ниже приведены образцы типовых вариантов контрольных работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины

Образец типового варианта контрольной работы

по теме «Реализация маркетинга персонала в организации»

Предел длительности контроля – 20 минут.

Предлагаемое количество заданий – 4 задания.

1 Общая характеристика организации «ХХХ».

2 Расширенная характеристика персонала организации «ХХХ».

3 Анализ культуры управления в организации «ХХХ».

4 Исследование мотивационных установок персонала организации «ХХХ».

3.2 Типовые контрольные задания реконструктивного уровня

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

Образец типового варианта заданий реконструктивного уровня по теме «Обеспечение организации персоналом»

Задание.

Руководитель отдела продаж компании «Логика», занимающейся реализацией компьютерных программ, только что получил прогноз объема продаж на следующий год, согласно которому реализация должна увеличиться на 20% (в постоянных ценах) и составить 25 млрд. руб. Увеличение ожидается за счет расширения на 10% существующего направления продаж целевых программ, разрабатываемых по заказам организаций, а также за счет реализации программ, созданных для массового рынка. В отделе продаж «Логика» работают семь коммерческих агентов, три ассистента и один секретарь. Каждый агент осуществляет продажи на закрепленной за ним территории, ассистент оказывает техническую поддержку двум агентам, секретарь отвечает на телефонные звонки, ведет общую корреспонденцию и т.д. Все агенты имеют высшее техническое образование, однако не являются программистами. За текущий год объем реализации «Логика» вырос на 30%, а численность сотрудников отдела продаж увеличилась на двух агентов и одного ассистента.

Дополнительная информация. Справка из отчета отдела маркетинговых исследований. В текущем году объем реализации компьютерных программ вырос на 30%, из них увеличение объема продаж целевых программ — на 20, увеличение объема продаж массовых программ — на 10%. Согласно проведенным исследованиям, в следующем году ожидается увеличение объема продаж компьютерных программ на 20%. Увеличение ожидается в результате 10%-ого расширения существующего направления — продаж целевых программ (5% за счет существующих клиентских организаций и 5 — за счет новых организаций), а также в результате реализации программ, созданных для массового рынка (процентное соотношение существующих и новых организаций то же, что и в случае целевых программ).

Постановка задачи:

1. Сформулируйте проблему.
2. Определите динамику изменений структуры отдела продаж, ситуацию за прошлый, текущий год и ее прогноз на следующий (нарисуйте три схемы).
3. Определите потребности отдела продаж в человеческих ресурсах на следующий год.

3.3 Типовые тестовые задания для проведения тестирования

Тестирование проводится по завершению изучения дисциплины. Компьютерное тестирование обучающихся по дисциплине используется 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
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	Тема 6 «Процесс реализации маркетинга персонала в	Подходы к реализации маркетинга персонала в организации	Знание	3 – ОТЗ 4 – ЗТЗ

Компетенция	Тема в соответствии с РПД (с соответствующим номером)	Содержательный элемент	Характеристика содержательного элемента	Количество тестовых заданий, типы ТЗ
контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	организации»	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, 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	Тема 7 «Обеспечение организации персоналом»	Трудовой потенциал человека	Знание	4 – ОТЗ 3 – ЗТЗ
		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 оценке 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, самостоятельные 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

3.4 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 функция 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.

3.5 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.

3.6 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 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?

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
Внеаудиторная контрольная работа (КР)	Контрольная работа для студентов заочной формы обучения, предусмотренная рабочей программой дисциплины, выполняется студентом самостоятельно согласно выбранному варианту. По итогам выполнения КР, после ее проверки, обучающийся защищает КР. Преподаватель задает не менее 3-х вопросов в рамках заданий, содержащихся в контрольной работе. Варианты контрольных работ обучающиеся получают в начале курса через электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС (личный кабинет обучающегося).
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
Зачет	Зачет для студентов заочной формы обучения проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов и типовых практических задач (не более двух теоретических и двух практических) или в форме тестирования Перечень теоретических вопросов и перечень типовых практических заданий разного уровня сложности обучающиеся получают в начале курса через электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС (личный кабинет обучающегося). Полный комплект ФТЗ хранится в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС и обучающийся имеет возможность ознакомиться с демонстрационным вариантом ФТЗ

Задания, по которым проводятся контрольно-оценочные мероприятия, оформляются в соответствии с положением о формировании фонда оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации, не выставляются в электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС, а хранятся на кафедре-разработчике ФОС на бумажном носителе в составе ФОС по дисциплине.