

**Уральский социально-экономический институт (филиал)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ
ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

Направление подготовки

38.03.03 «Управление персоналом»

Профиль (программа) подготовки

«Управление персоналом организации»

Квалификация выпускника

бакалавр

Кафедра: Менеджмента и управления персоналом

Разработчик:

канд. техн. наук, доцент Н.С. Демин

Оглавление

1.	ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
1.1	Планируемые результаты обучения по дисциплине.	3
1.2	Результаты освоения образовательной программы:.....	3
2.	МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
3.	ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	4
4.	СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ;	4
5.	ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	7
6.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ);.....	13
7.	РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	14
8.	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	14
9	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.....	16
10	МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.	18

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг персонала» является формирование компетенций по маркетингу персонала, позволяющих студентам вести профессиональную деятельность, грамотно формировать политику управления персоналом организации, ориентироваться в ситуации на рынке труда и уметь использовать технологии маркетинга персонала в конкретных условиях организации.

Задачи дисциплины:

- изучить функции и технологии маркетинга персонала;
- изучить нормативно-правовые основания маркетинга персонала в организации;
- получить практические навыки маркетинга персонала в организации и обеспечения потребности предприятия с учетом наличия квалифицированных кадров и внешнего рынка труда; совершенствования системы управления персоналом экономического субъекта;
- развить профессионально важные качества и способности будущего менеджера в части маркетинга персонала.

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций: ПК-2, 16, 21

Профессиональных:

ПК-2 - знает основы кадрового планирования и контроллинга, основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умеет применять их на практике;

ПК-16 - владеет навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умеет применять их на практике

ПК-21 - знает основы оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением и работы с кадровым резервом и умеет применять их на практике.

1.2. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

ПК-2 - знает основы кадрового планирования и контроллинга, основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умеет применять их на практике;

В результате освоения компетенции ПК-2 студент должен:

знать:

- кадрового планирования и контроллинга, основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала;

уметь:

- планировать персонал, разрабатывать и реализовывать стратегию привлечения персонала;

владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:

- навыками планирования персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала;

ПК-16 - владеет навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике.

В результате освоения компетенции ПК-16 студент должен:

знать:

- основы анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала;

уметь:

- анализировать конкурентоспособность организации в области подбора и привлечения персонала;

владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:

- навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности организации в области подбора и привлечения персонала.

ПК-21 - знает основы оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессионального продвижения и работы с кадровым резервом и умеет применять их на практике.

В результате освоения компетенции ПК-21 студент должен:

знать:

- основы оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессионального продвижения и работы с кадровым резервом;

уметь:

- применять их на практике;

владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:

- основами оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессионального продвижения и работы с кадровым резервом.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 38.03.03 Управление персоналом дисциплина «Маркетинг персонала» относится к базовой дисциплине Б1.В.22.

Изучение курса базируется на знаниях следующих дисциплин: «Основы теории управления», «Основы управления персоналом», «Инновационный менеджмент в управлении персоналом», «Управленческий учет и учет персонала».

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

Таблица 3.1

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	2/72	-	2/72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)			
Аудиторная работа (всего)	36	-	10
в том числе:	-	-	-
Лекции	18	-	2
Семинары, практические занятия	18	-	6
Лабораторные работы	-	-	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	36	-	60
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Зачет	-	Зачет (4)

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ

(РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1 Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга персонала

Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды.

Маркетинг: подходы к определению. Принципы и философия маркетинга персонала. Организация как производитель и потребитель товара «персонал». Роль маркетинга в регулировании спроса и предложения специфического товара «персонал». Конкурентоспособность персонала. Основные предпосылки кадрового маркетинга: организационная структура, состояние обеспеченности кадрами, наличие вакансий. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления.

Тема 2. Эволюция маркетинга персонала.

Этапы развития маркетинга персонала. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала: Д. Белл; Г. Штрутц; Р. Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В. Фрелингом и К. Зитценшток. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова.

Тема 3. Функции маркетинга персонала.

Функции маркетинга персонала: информационная, профориентационная, преобразующая, стимулирующая, распределительная, управленческая. Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала.

Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля.

Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции.

Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции.

Раздел 2. Технология маркетинга персонала.

Тема 4. Анализ источников и путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале.

Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует организация.

Анализ и поиск активных партнеров. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.

Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.

Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.

Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.

Анализ основных конкурентов.

Тема 5. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.

Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.

Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда.

Тема 6. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала: виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области

персонала; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала, способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала.

4.2. Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Таблица 4.1

№ № n/n	Наименование темы	Очная форма обучения					Компетенции	Литература (ссылка на номер в списке литературы и/или электронный источник)	
		всего	Аудиторные занятия		Форма контроля	Самостоятельная подготовка			
			лекции	Практические занятия					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга персонала									
1	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	12	3	3		6	ПК-2	ОЛ, ДЛ, УМЛ	
2	Эволюция маркетинга персонала	12	3	3		6	ПК-2	ОЛ, ДЛ, УМЛ	
3	Функции маркетинга персонала	12	3	3		6	ПК-2	ОЛ, ДЛ, УМЛ	
Раздел 2. Технология маркетинга персонала									
4	Анализ источников и путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале	12	3	3		6	ПК-21 ПК-2 ПК-16	ОЛ, ДЛ, УМЛ	
5	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	12	3	3		6	ПК-16	ОЛ, ДЛ, УМЛ	
6	Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	12	3	3		6	ПК-16	ОЛ, ДЛ, УМЛ	
промежуточная аттестация									
Всего часов		72	18	18		36			
Зачетные единицы		2							

Вид промежуточной аттестации: зачет

Таблица 4.2

№	Наименование темы	Заочная форма обучения	Количество	литература	тур
---	-------------------	------------------------	------------	------------	-----

№ п/п		всего	Аудиторные занятия		Форма контроля	Самостоятельная подготовка		
			лекции	Практические занятия				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга персонала								
1	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	12	1	1		10	ПК-2	ОЛ, ДЛ, УМЛ
2	Эволюция маркетинга персонала	11		1		10	ПК-2	ОЛ, ДЛ, УМЛ
3	Функции маркетинга персонала	12	1	1		10	ПК-2	ОЛ, ДЛ, УМЛ
Раздел 2. Технология маркетинга персонала								
4	Анализ источников и путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале	11		1		10	ПК-21 ПК-2 ПК-16	ОЛ, ДЛ, УМЛ
5	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	11		1		10	ПК-16	ОЛ, ДЛ, УМЛ
6	Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	11		1		10	ПК-16	ОЛ, ДЛ, УМЛ
	промежуточная аттестация	4			4			
	Всего часов	72	2	6	4	60		
	Зачетные единицы			2				

Вид промежуточной аттестации: зачет

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

Раздел 1. . Теоретические основы маркетинга персонала

Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды.

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

1. Необходимость и задачи маркетинга персонала.
2. Принципы маркетинга персонала.
3. Уровни маркетинга персонала.
4. Виды маркетинга персонала.

Задания на семинарские занятия и практикумы № 1

1. Найти определения понятия «маркетинг персонала» у различных авторов и заполнить таблицу по форме:

Определение	Источник (автор, название, выходные данные, стр.; адрес электронного ресурса)
-------------	---

--	--

2. Найти определения понятия «рынок труда», «рынок рабочей силы», «рынок трудовых ресурсов» у различных авторов и заполнить таблицу по форме:

Определение	Источник (автор, название, выходные данные, стр.; адрес электронного ресурса)

3. Найти положение о службе управление персоналом (типовое и действующих организаций), должностную инструкцию менеджера по персоналу и проанализировать их на наличие в содержание маркетинговых функций.

4. Составить аннотированный список источников информации по учебному курсу «Маркетинг персонала» по форме:

- а) список литературы;
- б) список электронных ресурсов:

Адрес ресурса	Название ресурса (материалов)

Тема 2. Эволюция маркетинга персонала.

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

1. Сущность и этапы маркетинга персонала.
2. Вклад немецкой школы в развитие маркетинга персонала.
3. Вклад американской школы в развитие маркетинга персонала.
4. Российская теория маркетинга персонала.

Задания на семинарские занятия и практикумы № 2.

Подобрать и законспектировать информацию по теориям маркетинга персонала по схеме "автор → время разработки теории → страна → основные идеи → возможности применения":

- А.Я. Кибанова и И.Б. Дураковой;
- Д. Белла;
- Г. Штругца;
- Р. Бюннера;
- Д. Эскадштейна и Ф. Шнеллингера;
- В. Фрелинхома и К. Зитценштока.

Подготовиться к выступлению с презентацией. Задание групповое.

Тема 3. Функции маркетинга персонала.

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

1. Информационная функция маркетинга персонала.
2. Профориентационная функция маркетинга персонала.
3. Преобразующая функция маркетинга персонала.
4. Стимулирующая функция маркетинга персонала.
5. Распределительная функция маркетинга персонала.
6. Управленческая функция маркетинга персонала.
7. Требования к кандидатам на замещение вакантной должности
8. Организация процесса отбора претендентов на вакантную должность.

Задания на семинарские занятия и практикумы № 3

«Организация деятельности службы персонала и ее подразделений, менеджера по персоналу»

1. Описать организационные структуры управления персоналом, используемые российскими предприятиями, по схеме:

Тип организационной структуры	Графическое представление	Отличительные признаки	Ограничения	Преимущества	Область использования

Раскрыть цели и функции основных служб и отделов управления персоналом.

2. Составить профессиограмму менеджера по персоналу по схеме:

Раздел	Содержание раздела
Профессия	
Процесс труда	
Санитарно-гигиенические условия труда	
Психофизиологические требования профессии к работнику	
Профессиональные знания и навыки	
Требования к подготовке и повышению квалификации	

3. Разработать описание работы по методике Роджера на должность менеджера по персоналу по схеме:

Наименование элементов описания	Характеристики элементов описания
1. Окружающая среда	
2. Краткое описание работы	
3. Содержание работы	
4. Условия труда	
5. Рабочие стандарты	
6. Прочая информация	

4. Разработать личностную спецификацию менеджера по персоналу, пользуясь структурой спецификации Роджера или Дж. М. Фразера (по выбору) в предложенной схеме. Какие еще компоненты личностной спецификации необходимо ввести дополнительно для более полного раскрытия личностных и деловых характеристик, которыми должен владеть менеджер для ее выполнения?

Компоненты личностной спецификации	Описание для работы в качестве менеджера по персоналу
«Семь пунктов Роджера»	
1. Физическое состояние (внешний вид). 2. Достижения (уровень образования). 3. Общие интеллектуальные (умственные) способности. 4. Особые способности и умения 5. Интересы. 6. Эмоциональный портрет (или эмоциональный баланс). 7. Обстоятельства (условия работы).	
«Пятиаспектный план Джона М. Фразера»	

1. Способность влиять на других. 2. Квалификация и приобретенные знания. 3. Врожденные способности. 4. Мотивация. 5. Способность к адаптации.	
---	--

Задания на семинарские занятия и практикумы № 4

«Информационное и правовое, документационное обеспечение маркетинга персонала»

1. Проведя анализ должностных инструкций менеджера по персоналу, определить направленность и объем информационных потребностей специалиста.
2. Изучить программное обеспечение управления персоналом с позиции маркетинга персонала и дать ему характеристику по схеме:

Название программного обеспечения	Описание	Системные требования

3. Составить перечень информационных блоков, необходимых для составления базы данных по кандидатам. Разработать форму резюме.
4. Составить перечень информационных блоков, необходимых для составления базы данных по работникам. Разработать форму анкеты работника.
5. Дать перечень и характеристику групп нормативно-методических документов системы управления персоналом по схеме:

Характеристики документов	Группы документов		
	Нормативно справочные документы	Документы организационного, распорядительного и методического характера	Документы технического, технико-экономического и экономического характера
1. Содержание документов			
2. Примеры норм, нормативов и документов			
3. Наименование документов			

6. Составить перечень и дать характеристику нормативно-правовым документам федерального и регионального уровня, регламентирующих деятельность предприятия в сфере управления персоналом.
7. Составить схему документооборота специалиста по персонал-маркетингу.

Раздел 2. Технология маркетинга персонала.

Тема 4. Анализ источников и путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале.

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Задания на семинарские занятия и практикумы № 5.

«Состояние и перспективы развития кадрового потенциала России и региона (по отраслям)»

Найти информацию по состоянию и прогнозам развития кадрового потенциала в России в целом и по отраслям.

Ознакомиться с Программой развития и размещения производительных сил Челябинской и Свердловской области. Подготовить и представить материалы по состоянию (анализ) и развитию (прогноз) кадрового потенциала Северного, Южного, Западного, Восточного округа.

Задания на семинарские занятия и практикумы № 6.

«Источники и пути покрытия потребности в персонале»

1. Перечислите возможные активные и пассивные пути покрытия потребности в персонале.

Представить информацию в таблице:

Активные пути покрытия потребности в персонале	Пассивные пути покрытия потребности в персонале

2. По характеру источника покрытия потребности в персонале перечислить возможные управленческие решения по использованию источника и последовательность реализации каждого из них. Представить информацию в таблице:

Характер источника (внешние, внутренние)	Управленческое решение	Последовательность действий

Тема 5. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Задания на семинарские занятия и практикумы № 7

«Тестирование персонал-маркетинга конкретной организации»

1. Установите источники маркетинговой информации, которые можно использовать в данной организации в области управления персоналом:

Юридическое наименование организации: _____

Отрасль, в которой действует организация: _____

Источники маркетинговой информации: _____

2. Установите перспективную потребность в персонале (количество и структура потребности).

3. Определите, с помощью каких внутренних и внешних источников будет удовлетворена потребность в персонале в ближайшие 3 года.

4. Какие методы найма и подготовки персонала необходимо задействовать в организации?

5. Какова цена на рабочую силу и затраты на наем работников?

6. Каковы затраты на подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала, нанятых по каналам внешнего и внутреннего найма?

7. Для оценки относительного количества рабочих, положительно оценивших рабочее место, используют «коэффициент сбывшихся надежд» (отношение числа лиц, положительно оценивших новое место работы в свете реализации своих интересов, к общей численности принятых в организацию). Исследуйте ситуацию в организации (по выбору) и рассчитайте этот коэффициент.

Тема 6. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

Список литературы по теме приведен в таблице 4.1

Задания для самостоятельной работы:

Задания на семинарские занятия и практикумы № 8

«Экспресс-исследование потребности работодателей в менеджерах и требований к их подготовке»

Провести мониторинг потребностей работодателей в менеджерах и предъявляемых к ним требований, обработать и представить статистическую информацию по Уральскому Федеральному округу (Свердловская область, Челябинская область, Курганская область, Тюменская область, Ханты - мансийский автономный округ, Ямало-ненецкий автономный округ) по следующим источникам:

1 группа - общественно-политические газеты, газеты рекламных объявлений, специализированные журналы;

2 группа - реклама на телеканалах (федеральных и региональных), радио;

3 группа - доски объявлений, Центры занятости;

4 группа - Интернет-ресурсы (сайты кадровых агентств, сайты организаций-работодателей)

и др.);

5 группа - собеседование с руководителями, объявления самостоятельных кандидатов на вакансии.

Представление материалов по форме:

Группа источников:

Сроки проведения мониторинга (месяц год):

начало _____ 20__ г. окончание _____ 20__ г.

Таблица

Источники	Количество объявлений о вакансиях	Отраслевая специфика вакансий (кол-во; % от общего кол-ва)	Требования к квалификации			Дополнительные компетенции	Демографические признаки		Коммерческое предложение работодателя	Примечание
			специализация (должность)	образование	опыт работы		возраст	пол		
ИТОГО:										

Задачи по планированию потребности в персонале

Задача 1. На основе исходных данных рассчитать численность необходимого персонала по нормам обслуживания.

Вид работ по обслуживанию агрегата	Время выполнения операции, ч	Количество операций за смену
1. Загрузка агрегата	0,02	60
2. Контроль рабочего процесса	0,08	120
3. Выгрузка агрегата	0,03	60

Количество агрегатов – 8.

Режим работы агрегатов – 2 смены.

Количество агрегатов, работающих в 1-ю смену – 8.

Количество агрегатов, работающих во 2-ю смену – 4.

Полезный фонд времени 1 работника за смену – 7 ч.

Время на дополнительное обслуживание агрегата за смену – 1,4 ч.

Коэффициент пересчета явочной численности в списочную – 1,15.

Задача 2. На основе имеющихся данных рассчитать численность производственного персонала для каждого вида работ по трудоемкости.

Показатели	Вид работы А	Вид работы Б
Трудоемкость изделия (ч)		
В том числе:		
Изделие 1	0,8	0,5
Изделие 2	0,3	0,4
Производственная программа (шт.)		

Изделие 1	1000	1000
Изделие 2	1200	1200
Время для изменения остатка НЗП		
Изделие 1	100	150
Изделие 2	170	120
Планируемое выполнение норм, %	104	105
Полезный фонд времени одного работника (ч)	432,5	432,5

Задача 3. Планом развития фирмы в прогнозируемом периоде (следующий год) повышение объема производства продукции предусмотрено только за счет роста производительности труда, без увеличения численности.

Из анализа показателей установлено, что 40 % работников, достигающих пенсионного возраста, остаются работать на фирме.

Доля работников, для которых пенсионный возраст наступит в плановом периоде, – 6 % от общей численности персонала.

Доля убыли работников в связи с инвалидностью и смертностью составляет 3 % от общей численности персонала.

Численность уволенных в ряды вооруженных сил ожидается в районе 60 человек, в связи с направлением на учебу – 40 человек.

Доля увольнений в связи с естественной убылью, уходом на учебу, призывом в армию составляет примерно 60 % планируемой убыли.

Коэффициент текучести персонала предполагается снизить в плановом периоде с 14 до 10 %.

Вновь привлекаемый персонал после службы в армии составляет 10 % от численности работников, уволенных в вооруженные силы.

Задание: определить общую численность персонала компании и численность работников, которых необходимо привлечь из внешних источников.

6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература
Дейнека А.В. Управление персоналом организации : учеб. для вузов / А.В. Дейнека. - М. : Дашков и К, 2015. - 288 с. - (Учебные издания для бакалавров)
Патласов О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. - М. : Дашков и К, 2015. - 384 с. - (Учебные издания для бакалавров)
Электронные ресурсы
Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. - 384 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02354-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452888
Маркетинг персонала : практикум / Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет», Министерство образования и науки Российской Федерации ; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089
Дейнека, А.В. Управление персоналом организации : учебник / А.В. Дейнека. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. - 288 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02375-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454057
Арсеньев, Ю.Н. Управление персоналом: Технологии : учебное пособие / Ю.Н. Арсеньев, С.И. Шелобаев, Т.Ю. Давыдова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 192 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00842-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114558

Дополнительная литература

Говорова Н.А. Маркетинг персонала : монография / Н.А. Говорова ; ОУП ВПО АТиСО, каф. экономики труда и управления персоналом. - М. : Изд-во АТиСО, 2012. - 221 с.

Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учеб. пособие для вузов / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 301 с.

Савенкова Т.И. Маркетинг персонала в инновационно-инвестиционной среде / Т.И. Савенкова, Т.П. Савенкова. - М. : Экономистъ, 2006. - 429 с. - (Homo faber)

Учебно-методическая литература

Маркетинг персонала: Рабочая программа дисциплины / Токманев С.В.; УрСЭИ АТиСО. - Челябинск, 2014.-17с.

Маркетинг персонала : Конспект лекций / Токманев С.В.; УрСЭИ АТиСО. - Челябинск, 2014.-48с.

Маркетинг персонала: Учебно-методические материалы / Токманев С.В.; УрСЭИ АТиСО. - Челябинск, 2015.-32с.

7. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)	Описание ресурса
1.	www.pravo.gov.ru	официальный интернет-портал правовой информации «Государственная система правовой информации»
2.	www.niitruda.ru	сайт НИИ труда и социального страхования
3.	www.gks.ru	справочный портал Госкомстата РФ
4.	www.rosmintrud.ru	официальный сайт Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации
5.	www.hrm.ru	сайт журнала «Кадровый менеджмент»
6.	www.hr-journal.ru	Электронный журнал для специалистов по управлению персоналом
7.	www.hrc.ru	Кадровый клуб
8.	www.apsc.ru	Ассоциация консультантов по подбору персонала
9.	www.superclub.ru	HR Клуб СУПЕР
10.	www.distance-learning.ru	Информационный портал «Дистанционное обучение»
11.	http://planetaedu.ru/vacancies/	Портал «Планета образования» - объявления о вакансиях для студентов и молодых специалистов в компаниях
12.	www.ecsocman.edu.ru	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
13.	www.uptp.ru	Журнал «Проблемы теории и практики управления»
14.	www.peoplemanagement.co.uk	Журнал «People Management»
15.	www.apsc.ru	Ассоциация консультантов по подбору персонала
16.	www.hr-zone.net	Статьи, публикации по управлению человеческими ресурсами
17.	www.hrdigest.ru	Ежемесячный дайджест для профессионалов в области HR и внутрикорпоративной коммуникации

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебным планом дисциплины «Маркетинг персонала» предусмотрено чтение лекций, проведение семинарских занятий, консультаций, самостоятельная работа студента.

В процессе освоения дисциплины «Маркетинг персонала» используются следующие образовательные технологии.

Стандартные формы обучения:

- лекции с использованием мультимедийных презентаций;

- семинарские занятия, на которых обсуждаются основные теоретические вопросы;
- письменные домашние работы;
- расчетно-аналитические задания;
- обзор официальных документов и материалов периодической печати;
- консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- лекции в диалоговом режиме;
- групповые дискуссии;
- моделирование и решение конкретных ситуационных задач;
- компьютерное тестирование.

На лекциях студенты получают основы базовых знаний по изучаемой дисциплине. Студент должен кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, выделяемые преподавателем, обозначить материал, который вызывает трудности, сформулировать к нему вопросы и в конце лекции задать их преподавателю.

На семинарских занятиях контролируется уровень восприятия, знания и качество работы студентов с лекционным материалом, учебниками, нормативными актами, развитие навыков решения практических заданий, конкретных профессиональных ситуаций.

Большое место в учебном плане отведено самостоятельной работе студентов. По итогам самостоятельной работы у студента должен выработаться навык исследования конкретного вопроса в рамках дисциплины и представления самостоятельных выводов на основе изучения учебного, нормативного материала и дополнительной литературы.

Самостоятельная работа студентов включает следующие ее виды:

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий;
- решение индивидуальных вариантов практических заданий;
- выполнение заданий в форме компьютерного тестирования;
- самостоятельная работа студентов при подготовке к экзамену.

Эти виды работ предполагают:

- самостоятельную работу студента в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- изучение электронных учебных материалов на сайте УрСЭИ .

Задания для самостоятельной работы студентов включают в себя:

- выполнение тестовых заданий, размещенных в Qwest, Moodle;
- изучение нормативных актов: Трудового Кодекса РФ, законов о труде (федерального, субъектов РФ), постановлений (решений) о труде муниципальных органов власти и других;
- подготовка докладов по отдельным вопросам курса;
- изучение статистических и аналитических материалов на официальных сайтах органов власти и по материалам периодической печати.

Указания по самостоятельной работе размещены в «Методических указаниях» на сайте УрСЭИ.

Результаты работы студентов подводятся в ходе их текущей и промежуточной аттестации. Рабочая программа учебной дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. *Текущая аттестация* проводится по разделам курса и имеет целью проверить уровень владения изученным материалом или степень сформированности отдельных навыков. Она отражает посещение студентами лекций и работу на семинарских занятиях. В случае, если студент не прошел текущую аттестацию, он не будет допущен к зачету. Итоговая аттестация проводится в виде зачета за весь курс обучения дисциплине.

Методические указания по выполнению курсовых и контрольных работ.

Учебным планом выполнение курсовых и контрольных работ не предусмотрено.

**9.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**

Этап формирования компетенций в процессе изучения дисциплины «Маркетинг персонала» характеризуется следующими типовыми контрольными заданиями

**Типовые контрольные вопросы для подготовки к зачету при проведении
промежуточной аттестации по дисциплине**

1. Трудовые ресурсы, персонал и трудовой потенциал организации.
2. Место и роль службы персонала в современной организации.
3. Методы, структура и функции службы управления персоналом.
4. Отдел персонала и основные направления его работы. Задачи, права и обязанности менеджеров по персоналу.
5. Кадровая политика: понятие и организационное назначение.
6. Основные законодательные акты, ограничивающие аспекты кадровой политики.
7. Кадровое планирование: цели и задачи.
8. Оперативный план работы с персоналом.
9. Понятие кадрового спроса и кадрового контроля.
10. Списочный состав организации, определение среднесписочного состава на конкретную дату.
11. Абсолютные показатели движения персонала: оборот по приему, оборот по выбытию, интенсивность оборота по приему, интенсивность оборота по выбытию.
12. Текучесть кадров: основные причины, последствия текучести кадров для организации, для работника.
13. Источники потребностей организации в персонале: внутриорганизационные факторы, внешние факторы, развитие техники и технологии, конкуренция и состояние рынка сбыта и т.д.
14. Методы прогнозирования потребности в персонале.
15. Перечень документов, необходимых при приеме на работу.
16. Отбор персонала: профессиональное тестирование.
17. Собеседование, виды: структурированное, свободное и др. испытания.
18. Испытательный срок, его задачи.
19. Оформление приема на работу: контракт, приказ.
20. Основные формы развития персонала, методы обучения.
21. Эффективность обучения персонала. Принципы обучения взрослых людей.
22. Деловая карьера, планирование и развитие карьеры.
23. Адаптация работника в организации, виды адаптации.
24. Аттестация персонала, аттестация руководителей.
25. Кадровое обеспечение системы управления персоналом.
26. Сущность и задачи определения требований к кандидатам.
27. Цель и задачи набора персонала. Методы набора персонала.
28. Этапы и методы отбора персонала. Организация приема персонала.
Соблюдение правовых норм при приеме.
29. Организация высвобождения персонала.
30. Введение в должность (ориентация): сущность, цель, задачи, формы.
Организация управления профориентацией персонала.
31. Сущность, цели и этапы адаптации персонала. Виды и содержание адаптации персонала в зависимости от объекта и предмета управления.
32. Факторы, влияющие на скорость адаптационных процессов. Условия успешной адаптации.
33. Сущность, цели, альтернативы и этапы обучения персонала в организации.

Этапы и методы обучения персонала.

34. Сущность аттестации и деловой оценки персонала. Цели оценки персонала. Место оценки в системе управления персоналом.

35. Содержание профессиональной и внутриорганизационной карьеры, служебного продвижения.

36. Принципы организации управления деловой карьерой. Инструментарий управления деловой карьерой.

37. Этапы деловой карьеры, их содержание.

38. Сущность кадрового резерва. Цели формирования кадрового резерва. Этапы работы по формированию кадрового резерва.

39. Экономическая сущность затрат на персонал. Задачи учета, анализа и планирования затрат на персонал.

Критерии оценки изложены в шкале оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине в п. 6.2.

Типовые практические задачи (задания, тесты) билетов для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

ИТОГОВЫЙ ТЕСТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование компетенции	Вопрос	Ключ
<i>Знает основы кадрового планирования и контроллинга, основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умеет применять их на практике.</i> ПК-2	При стратегическом планировании персонала речь идет о: 1) долгосрочном планировании (на период от трех до десяти лет); 2) решении конкретных проблем управления персоналом (в течение одного года - трех лет); 3) точно обозначенных целях и конкретных мероприятиях, направленных на достижение этих целей, а также выделяемых материальных средствах с указанием их вида, количества и времени;	1
<i>Владеет навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике</i> ПК-16	Имидж организации как работодателя 1) оказывает влияние на конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала 2) не оказывает влияния на конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала	1
<i>Знает основы оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессионального продвижения и работы с кадровым резервом и умеет применять их на практике</i> ПК-21	Основой системы маркетинговой информации по персоналу являются 1) учебные программы и планы выпуска специалистов в учебных заведениях; 2) аналитические материалы, публикуемые государственными и коммерческими центрами занятости; 3) выставки, конференции, семинары; 4) рекламные материалы других организаций, в особенности организаций-конкурентов; 5) все указанные источники;	5

Критерии формирования оценок по тестам

Оценка	Требования к знаниям
отлично	80%-100%
хорошо	65-80%
удовлетворительно	50-65%
неудовлетворительно	менее 50%
зачтено	50% и более
не зачтено	менее 50%

Тематика курсовых работ (курсовых проектов)

Выполнение курсовых и контрольных работ учебным планом не предусмотрено.

**10.МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ
ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ
КОМПЕТЕНЦИЙ.**

Форма билета для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

**УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»**

Социально - экономический факультет

38.03.03 «Управление персоналом»
профиль «Управление персоналом организации»
Для всех форм обучения.

Дисциплина: «Маркетинг персонала»

Билет к зачету № 1

1. Маркетинг персонала и его цели.
 2. Реклама и ее роль в осуществлении кадрового маркетинга.
- Утверждено на заседании кафедры менеджмента и управления персоналом, протокол от " ____ " _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой менеджмента
и управления персоналом

_____/А.Б. Кулаков /

Критерии оценки изложены в шкале оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (п.6.2.).

**ТЕСТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Маркетинг персонала»**

1. Кадровая политика – это:

1. Деятельность и система отношений;
2. Принципы регулирования отношений;
3. Методы построения отношений.

2. Кадровый потенциал общества – это:

1. Характеристика профессиональных возможностей трудоспособных граждан;
2. Характеристика индивидуальных возможностей трудоспособных граждан;
3. Характеристика личностных качеств.

3. Управление кадровым потенциалом — это:

1. Процесс анализа трудовых операций и планирования человеческих ресурсов
2. Процесс использования индивидуумов (сотрудников) для достижения целей компании
3. Процесс управленческого воздействия на сотрудников
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет
- 4. Кадровая политика организации представляет собой:**
 1. Политику в области экономических преобразований;
 2. Решение проблем межличностных отношений;
 3. Стратегию развития организации.
- 5. Осознанное воздействие руководителя на своих подчиненных с целью исполнения ими прямых должностных обязанностей и достижения поставленных целей трудовой деятельности, представляет собой:**
 1. Кадровое обеспечение
 2. Развитие человеческих ресурсов
 3. Общее линейное руководство
 4. систему управления персоналом
- 6. Система, в которой реализуются функции управления кадровым потенциалом организации — это:**
 1. Система управления персоналом
 2. Система линейного руководства персоналом
 3. Система управления предприятием
 4. Система реализации трудового потенциала организации
- 7. Управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом динамики внутренней и внешней среды, обеспечивающее выживаемость организации и достижение ею целей деятельности в долгосрочном периоде, называется:**
 1. Трудовое управление персоналом
 2. Тактическое управление персоналом
 3. Стратегическое управление персоналом
 4. Административное управление персоналом
- 8. Набор заданий, выполняемых одним человеком, и возлагаемая на него ответственность, составляют:**
 1. Работу
 2. Должность
 3. Квалификационные требования
 4. Стандарты выполнения работы
- 9. Документ, в котором сообщается информация относительно рабочих заданий, обязанностей и ответственности, связанных с конкретной должностью, называется:**
 1. Должностная инструкция
 2. Перечень квалификационных требований
 3. Положение о правах и обязанностях работника
 4. Трудовой договор
- 10. Процесс выявления потребности организации в человеческих ресурсах и составления планов по удовлетворению этих потребностей, называется:**
 1. Прогноз потребности в персонале
 2. Планирование человеческих ресурсов
 3. Разработка программы по созданию резерва
 4. Планирование преемственности
- 11. Что из перечисленного является методикой прогнозирования потребности в персонале:**
 1. Планирование с нулевого уровня
 2. Планирование на основе управленческих оценок
 3. Планирование с использованием математических моделей

4. Все вышеперечисленные варианты

12. Текучесть кадров — это:

1. Увольнение работников по причинам, не связанным с производственной необходимостью
2. Увольнение работников, проработавших в организации в течение года
3. Увольнение работников по причинам, связанным с производственной необходимостью
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

13. Коэффициент текучести кадров представляет собой выраженное в процентах частное от деления:

1. Количества уволившихся за период на среднее количество сотрудников за этот же период
2. Количества сотрудников, проработавших в организации в течение всего анализируемого периода на количество сотрудников на начало анализируемого периода
3. Количества уволившихся за период на количество сотрудников на начало анализируемого периода
4. Количества сотрудников, проработавших в организации в течение всего анализируемого периода на среднее количество сотрудников за этот же период

14. Деятельность по поиску и привлечению потенциальных работников, подходящих для занятия вакантных должностей, называется:

1. Подбор
2. Набор
3. Отбор
4. Рекрутмент

15. Процесс выбора из группы кандидатов на вакантную должность наиболее подходящего работника, называется:

1. Набор
2. Наем
3. Отбор
4. Рекрутмент

16. Длительный процесс, в ходе которого человек ставит карьерные цели и находит способы достичь их, называется:

1. Индивидуальное планирование карьеры
2. Развитие карьеры
3. Планирование карьеры сотрудника
4. Карьерный путь

17. Сжатая характеристика человека как работника, предназначенная заинтересовать работодателя в личной встрече с потенциальным сотрудником, называется:

1. Резюме
2. Объявление «ищу работу»
3. Сопроводительное письмо
4. Совокупность всех перечисленных вариантов

18. Сопроводительное письмо — это:

1. Аргументация востребованности кандидата на искомом рабочем месте
2. Сжатая характеристика человека как уникального работника, предназначенная заинтересовать работодателя в личной встрече с потенциальным сотрудником
3. Документ, в котором в полном объеме раскрываются личные данные, образование и научная деятельность ищущего работу
4. Расширенный вид резюме

19. Приспособление и постепенное вхождение работника в производственные условия, характерные для организации-работодателя, называется:

1. Трудовая адаптация
2. Профессиональная адаптация
3. Социально-психологическая адаптация
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

20. Что из перечисленного не является функцией трудовой адаптации:

1. Введение новичка в рабочую группу
2. Поощрение помощи новичку со стороны опытных работников
3. Формирование у новичка системы знаний о компании-работодателе
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

21. Что из перечисленного не является предметом общей адаптации сотрудника:

1. Функции подразделения, на работу в которое поступает сотрудник
2. Информация о руководителях
3. Механизм компенсации ущерба, нанесенного работником организации
4. Оплата труда

22. Определение организацией путей и направлений, в которых организация собирается развивать работников, называется:

1. Организационное планирование карьеры
2. Организационное развитие карьеры
3. Организационный карьерный путь
4. Все вышеперечисленные варианты

23. Определение потребности в обучении происходит путем анализа:

1. Организации в целом
2. Комплекса тактических задач, необходимых для достижения целей
3. Индивидуальных потребностей обучения
4. Все выше перечисленные варианты

24. Что из перечисленного является методом оценки деятельности сотрудников:

1. 360 градусов
2. Критические эпизоды
3. Принудительное распределение
4. Все выше перечисленные варианты

25. Метод оценки деятельности сотрудников, при котором проводится всесторонняя оценка на основе информации, поступающей из различных источников внутри фирмы, а также за ее пределами, называется:

1. Рейтинговые шкалы
2. Рабочие стандарты
3. Ранжирование
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

26. Метод оценки деятельности сотрудников, при котором анализируются записи непосредственного начальника о наиболее успешных и крайне неудачных действиях, предпринятых сотрудником на рабочем месте за оценочный период, называется:

1. Рабочие стандарты
2. Критические эпизоды
3. Принудительное распределение
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

27. Метод оценки деятельности сотрудников, при котором деятельность сотрудника сопоставляется с определенным ранее или ожидаемым уровнем выработки, называется

1. Ранжирование
2. Принудительное распределение
3. Критические эпизоды
4. Рабочие стандарты

28. Собеседование по результатам оценки деятельности сотрудников называется:

1. Оценочное интервью
2. Рабочее интервью
3. Выборочное интервью
4. Рейтинговое интервью

29. Система вознаграждения персонала организации состоит из:

1. Прямого денежного вознаграждения
2. Косвенного денежного вознаграждения
3. Нематериального вознаграждения
4. Все выше перечисленные варианты

30. Правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения в организации или у индивидуального предпринимателя и заключаемый работниками и работодателем в лице их представителей, называется:

1. Коллективный договор
2. Профессиональный пакт
3. Договор о социальном партнерстве
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

31. Наказание работника, который не отвечает установленным стандартам или не соблюдает нормы, принятые в организации, называется:

1. Дисциплинарный проступок
2. Дисциплинарное взыскание
3. Дисциплина труда
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

32. Обязательное для всех работников подчинение правилам поведения, действующим на предприятии и определенным в соответствии с законодательством и трудовым договором, называется:

1. Общие положения
2. Дисциплина труда
3. Правила внутреннего трудового распорядка
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

33. Конфликт — это особый вид взаимодействия субъектов организации, при котором:

1. Действия одной стороны, столкнувшись с противодействием другой, делают невозможным реализацию ее целей и интересов
2. Действия одной стороны могут создать конфликтную ситуацию для другой стороны
3. Действия одной стороны вызывают активное противодействие другой стороны
4. Действия одной стороны, столкнувшись с противодействием другой, приводят к открытым взаимным обвинениям

34. Система управления персоналом предполагает:

1. Формирование целей, функций, организационной структуры управления персоналом и т.д.
2. Рассмотрение сущности персонала организации как объекта управления
3. Организацию найма, отбора, приема персонала, профориентацию и адаптацию
4. Организационно-практические подходы к формированию механизма реализации функционирования организации

35. Поведение человека в процессе труда определяется:

1. Внутренним распорядком организации
2. Трудовым кодексом РФ
3. Организационной культурой
4. Глубоко заложенными в людях потребностями, жизненным опытом и индивидуальными системами ценностей

36. Главным фактором, определяющим эффективность мотивации, является:

1. Отличное трудовое поведение
2. Восприятие индивидом ценности вознаграждения
3. Оценка результата выполнения работы
4. Учет величины затраченных усилий на выполнение работы

37. Комплексная функция служб управления персоналом или кадровых агентств, предполагающая тщательное и всестороннее изучение рынка труда, спроса на рабочую силу, предпочтений и потребностей работодателей и работников, планирование и прогнозирование востребованных в перспективе профессий называется:

- кадровой аналитикой;
- аудитом персонала;
- кадровой политикой;
- маркетингом персонала;

38. Совокупность средств воздействия на потребителей рынка труда с целью вызвать у них желаемую ответную реакцию называется .:

- рекламной компанией;
- маркетинг-микс персонала;
- имиджологией;
- опосредованной вербовкой

39. Какие задачи маркетинга персонала относятся к стратегическому уровню, а какие к оперативному:

- внедрение планов мероприятий, специфических для сформированных целевых групп;
- определение потребности в персонале;
- формирование сегментов рабочей силы;
- осуществление контроля проверки выбранных инструментов посредством обратной связи, получаемой в процессе труда;
- определение целевых групп, определение позиций, необходимых и желаемых организацией.

40. Расположите в нужном порядке этапы реализации коммуникационной функции маркетинга персонала:

- внутренние связи
- реклама;
- сегментирование;
- связи с общественностью

41. Рынок труда сегментируется по трем группам критериям: социально-экономическим, ... , поведенческим:

- географическим;
- психографическим;
- половозрастным;
- национальным

42. Распределите на внешние и внутренние источники покрытия рабочей силы в организации:

- ротацию персонала
- аутстаффинг
- делегирование полномочий
- совмещение профессий
- аутсорсинг

43. Расположите в нужной последовательности основные этапы процесса отбора персонала:

- первичный отбор

- тестирование
- интервью с представителями кадровой службы
- профессиональные испытания
- интервью с линейным менеджером

39. Вербовка персонала с целью устранения имеющейся в данный момент нехватки персонала в организации - это ...

- непосредственная вербовка персонала
- опосредованная вербовка персонала
- отбор персонала

40. Непрерывно осуществляемая деятельность по формированию на рынке труда положительного имиджа организации - это .

- непосредственная вербовка персонала
- опосредованная вербовка персонала
- отбор персонала

41. Функции контроля маркетинга персонала:

- координационная
- мотивационная
- организационная
- техническая
- методическая

42. Формы контроля маркетинга персонала:

- систематический контроль
- контроль предпосылок
- контроль реализации
- метаконтроль
- целостностный контроль

43. Результативность мероприятий, связанных с маркетингом персонала, определяется способами: ...

- анализа привлекательности
- аудита
- контроллинга маркетинга персонала
- открытости
- прозрачности

44. Совокупность действий собственника рабочей силы, направленных на поиск и создание максимально благоприятных условий для формирования его конкурентоспособности на перспективу называется .

- реклама;
- поиск работы;
- самомаркетинг;
- маркетинг

45. К функциям самомаркетинга относят: распределительную, ... , преобразующую, стимулирующую, управленческую.

- корректирующую;
- информационную;
- проектирующую
- финансовую

46. Накопление человеческого капитала у персонала, которое расширяет возможности повышения эффективности труда за счет его перемены как в пределах

собственного рабочего места, так и за его пределами называется .

- рыночной конкурентоспособностью;
- внутриорганизационной конкурентоспособностью;
- внешней конкурентоспособностью
- внутрипрофессиональной конкурентоспособностью

Критерии формирования оценок по тестам

Оценка	Требования к знаниям
отлично	80%-100%
хорошо	65-80%
удовлетворительно	50-65%
неудовлетворительно	менее 50%
зачтено	50% и более
не зачтено	менее 50%

Темы докладов

1. Внутрифирменное движение работников и его роль в обеспечении организации требуемым персоналом.
2. Профессиональное развитие персонала и его влияние на обеспечение организации работниками.
3. Формирование кадрового резерва.
4. Управление деловой карьерой.
5. Активные и пассивные методы комплектования персонала за счет внешних источников.
6. Сегментирование внешнего рынка труда. Целевые группы. Критерии сегментирования: географический, демографический, экономический, психографический, поведенческий.
7. Аутстаффинг и аутсорсинг, их роль в обеспечении персоналом организаций.
8. Методы оценки персонала при найме.
9. Кадровые структуры как производственные подразделения по обеспечению организации персоналом.
10. Этапы и виды кадрового планирования.
11. Методы планирования персонала

Критерий оценки докладов

Критерий	Требования к докладу
Знание и понимание теоретического материала	- рассматриваемые понятия определяются четко и полно, приводятся соответствующие примеры, - используемые понятия строго соответствуют теме, - самостоятельность выполнения работы
Анализ и оценка информации	- грамотно применяется категория анализа, - методологически верно проведены расчеты показателей; - умело используются приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений, - обоснованно интерпретируется текстовая информация, - дается личная оценка проблеме
Построение суждений	- изложение ясное и четкое, - приводимые доказательства логичны - выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией, - приводятся различные точки зрения и их личная оценка (при необходимости), - общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной

	статьи
Оценка	Критерии оценки доклада
«отлично»	<ol style="list-style-type: none"> 1) студент легко ориентируется в содержании теоретического и аналитического материала, свободно пользуется понятийным аппаратом, обладает умением связывать теорию с практикой, высказывать и обосновывать свои суждения; 2) знает и правильно применяет формулы; 3) знает и правильно применяет нормативные документы; 4) решение аналитического (практического) задания записано понятно, аккуратно, последовательно; 5) подготовлен презентационный материал.
«хорошо»	<ol style="list-style-type: none"> 1) студент демонстрирует полное освоение теоретического и аналитического материала, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает свою позицию; 2) знает и применяет формулы и нормативные документы, но допускает небольшие неточности; 3) решение аналитического (практического) задания записано, но недостаточно аргументировано; 4) подготовлен презентационный материал, но недостаточно полный.
«удовлетворительно»	<ol style="list-style-type: none"> 1) студент демонстрирует неполное освоение теоретического и аналитического материала, плохо владеет понятийным аппаратом, плохо ориентируется в изученном материале, неуверенно излагает свою позицию; 2) знает отдельные формулы и нормативные документы, но допускает значительные неточности в их применении; 3) решение аналитического (практического) задания записано неверно, аргументация отсутствует; 4) не подготовлен презентационный материал.
«неудовлетворительно»	<ol style="list-style-type: none"> 1) студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл; 2) беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач; 3) решение аналитического (практического) задания записано неверно либо отсутствует; 4) не подготовлен презентационный материал.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра _____			
2	Библиотека			