

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры экономики и
управления социально-
экономическими системами
Протокол № 10 от 25.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	ФТД.02 Маркетинг персонала
Направление подготовки:	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль):	Стратегический маркетинг
Уровень высшего образования:	Магистратура
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат философских наук, доцент Кобелева Л.С., кандидат философских наук Пастухов А.Л.

1. Цели и задачи дисциплины:*Цель освоения дисциплины:*

Развитие экономического мышления, формирование знаний, умений, навыков и компетенций в сфере маркетинга персонала и профессиональной деятельности

Задачи дисциплины:

- формирование теоретических знаний о системе маркетинга и маркетинге персонала, а также кадровой политике предприятий, учреждений и организаций;

- обучение применению системного, комплексного подхода в управлении персоналом и маркетинговых инструментов при управлении персоналом;

- овладение методами сбора и анализа маркетинговой информации, методами развития персонала;

- способность применять маркетинговые технологии для разработки и принятия управленческих решений, поиска и подбора персонала, реализации кадровой политики.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Знает методологию организации и руководства эффективной командной работой.	Наименование категории (группы) компетенций: «Командная работа и лидерство»
	УК-3.2 Умеет осуществлять организацию стратегической командной работы и руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения поставленной цели.	
	УК-3.3 Способен организовать, координировать и руководить командным взаимодействием, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Знает технологии коммуникативного процесса, в том числе на иностранных языках, для академического и профессионального взаимодействия.	Наименование категории (группы) компетенций: «Коммуникация»
	УК-4.2 Умеет применять коммуникативные технологии, методы и способы делового общения, в том числе на иностранных языках, для академического и профессионального взаимодействия.	
	УК-4.3 Способен осуществлять эффективные коммуникации, в том числе на иностранных языках.	
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Знает методики самооценки, самоконтроля и саморазвития и способы их совершенствования.	Наименование категории (группы) компетенций: «Самоорганизация и само-развитие (в том числе здоровьесбережение)»
	УК-6.2 Умеет определять приоритеты собственного личностного и профессионального развития, применять методики самооценки и самоконтроля.	
	УК-6.3 Владеет навыками построения траектории собственного развития на основе самооценки и определения приоритетов деятельности.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.1 Знает инструменты маркетинговых коммуникаций; стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации; состав процесса стратегического и оперативного планирования; организацию рекламного дела; законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации.	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	ПК-4.2 Умеет проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегии; проводить анализ результативности коммуникационной политики; использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики.	
	ПК-4.3 Способен работать с инструментами прямого маркетинга; разрабатывать системы маркетинговых коммуникаций в организации; разрабатывать и проводить коммуникационные кампании; разрабатывать технические задания и предложения по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации, формировать имидж и деловую репутацию организации; организовывать и проводить мероприятия по связям с общественностью, акций по стимулированию продаж, подготавливать рекомендации по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3.1. Знает методологию организации и руководства эффективной командной работой.	Знание методологии управления персоналом, командообразования
УК-3.2. Умеет осуществлять организацию стратегической командной работы и руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения поставленной цели.	Умение обеспечить стратегическое управление персоналом, систему подбора персонала на основе применения маркетинговых технологий
УК-3.3. Способен организовать, координировать и руководить командным взаимодействием, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	Способность организовать эффективную работу трудового коллектива (команды).
УК-4.1. Знает технологии коммуникативного процесса, в том числе на иностранных языках, для академического и профессионального взаимодействия.	Знание технологий коммуникативного процесса и систем профессионального взаимодействия
УК-4.2. Умеет применять коммуникативные технологии, методы и способы делового общения, в том числе на иностранных языках, для академического и профессионального взаимодействия.	Умение применять маркетинговые коммуникации в процессе профессионального общения

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-4.3. Способен осуществлять эффективные коммуникации, в том числе на иностранных языках.	Способность осуществлять эффективные маркетинговые коммуникации в том числе в области управления персоналом
УК-6.1. Знает методики самооценки, самоконтроля и саморазвития и способы их совершенствования.	Знание методик и способов самоорганизации, самоконтроля и самосовершенствования
УК-6.2. Умеет определять приоритеты собственного личностного и профессионального развития, применять методики самооценки и самоконтроля.	Умение организовать личностное профессиональное развитие на основе методик самоорганизации, самоконтроля и самосовершенствования
УК-6.3. Владеет навыками построения траектории собственного развития на основе самооценки и определения приоритетов деятельности.	Способность разрабатывать траектории личностного роста на основе методик самоорганизации, самоконтроля и самосовершенствования
ПК-4.1. Знает инструменты маркетинговых коммуникаций; стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации; состав процесса стратегического и оперативного планирования; организацию рекламного дела; законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации.	Знание методологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций, этики и принципов социальной коммуникации, в том числе в области маркетинга персонала.
ПК-4.2. Умеет проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегии; проводить анализ результативности коммуникационной политики; использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики.	Умение формировать имидж и деловую репутацию организации на рынке труда, улучшать систему управления персоналом, формировать внутреннюю среду организации.
ПК-4.3. Способен работать с инструментами прямого маркетинга; разрабатывать системы маркетинговых коммуникаций в организации; разрабатывать и проводить коммуникационные кампании; разрабатывать технические задания и предложения по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации, формировать имидж и деловую репутацию организации; организовывать и проводить мероприятия по связям с общественностью, акций по стимулированию продаж, подготавливать рекомендации по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений.	Способен применять методы и технологии маркетинга, маркетинговых коммуникаций в области управления персоналом и на рынке труда.

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-4.1 УК-3.1 УК-4.1 УК-6.1	ПК-4.2 УК-3.2 УК-4.2 УК-6.2	ПК-4.3 УК-3.3 УК-4.3 УК-6.3
1	Теоретические основы маркетинга персонала	УК-3 УК-4 УК-6 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-4.1 УК-3.1 УК-4.1 УК-6.1	ПК-4.2 УК-3.2 УК-4.2 УК-6.2	ПК-4.3 УК-3.3 УК-4.3 УК-6.3
2	Маркетинговые коммуникации	УК-3 УК-4 УК-6 ПК-4	Доклад, сообщение/Реферат №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
3	Тайм-менеджмент, самоконтроль и саморазвитие	УК-3 УК-4 УК-6 ПК-4	Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1 (20)	Доклад, сообщение/Реферат №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
4	Разработка и реализация стратегии управления персоналом.	УК-3 УК-4 УК-6 ПК-4	Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1 (20)	Доклад, сообщение/Реферат №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Теоретические основы маркетинга персонала Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами. Понятие и определение «Маркетинга персонала». Современные тренды и тенденции. Внутренний и внешний маркетинг персонала. Оценка потребностей в персонале. Этапы оценки потребности в персонале.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Разработка функциональной структуры управления с учетом главной задачи каждой службы, определение базовой задачи для каждой службы, определение типов ответственности, определение набора функциональных обязанностей, расчет временных и стоимостных ресурсов, необходимых для выполнения каждой функциональной обязанности. Определение нормативов трудоемкости. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом. Стратегический HR-менеджмент. Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Маркетинговые исследования рынка труда. Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю. Система и методы подбора персонала.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Маркетинговые коммуникации Понятие командообразования и маркетинговых коммуникаций. Цель, роль и функции маркетинговых коммуникаций. Модели коммуникаций. Методы командообразования. Организация стратегической командной работы и руководство членами команды. Распределение и делегирование полномочий. Внутренняя координация подразделения, служб, работников.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Маркетинговые коммуникации в системе маркетинга организации. Модели деловых рынков. Маркетинговые коммуникации на рынке труда. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Реклама, PR в системе управления персоналом. Формы и методы коммуникации на рынке труда. Коммуникационная политика и коммуникационная культура. Понятие стресса. Типы реакций на стресс в системе коммуникационного взаимодействия. Методы поиска персонала на рынке труда и рекрутинг.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Тайм-менеджмент, самоконтроль и саморазвитие Тайм-менеджмент, его значение в планировании работы. Моделирование системы персонального менеджмента. Актуальность изучения тайм-менеджмента в современных условиях. Психологические особенности личности в управлении временем. Философия времени. Хронометраж как система учета и контроля расходов времени. Социальное время. Экономическое время. Время как уникальный жизненный ресурс. Виды психологического времени. Основной закон времени как стратегического ресурса. Система управления временем (ТМ). Компетентность организации во времени. Понятие личностного роста. Личностный и профессиональный рост. Личностный рост и карьера.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
Правила осуществления деловых коммуникаций. Коммуникативные барьеры в деловом общении. Управление эмоциями и стрессом. Развитие эмоционального интеллекта и эмпатии. Экономия времени через убедительное «Нет». Сокращение объема бумажной работы. Учет телефонных переговоров. Умение слушать. Стратегии личностного роста. Методы управления личностным ростом. Планирование карьеры. Методы саморазвития. Формы и методы обучения персоналом. Лабораторная работа: -
Тема 4: Разработка и реализация стратегии управления персоналом. Кадровая политика организации как основа формирования стратегии управления персоналом. Стратегическое управление организацией как исходная предпосылка стратегического управления ее персоналом. Система стратегического управления персоналом организации. Реализация стратегии управления персоналом. Виды кадровых стратегий. Практические занятия/самостоятельная работа: Понятие научной организации труда: сущность, принципы, методы. Сущность, цели и задачи кадрового планирования. Содержание кадрового планирования. Уровни кадрового планирования. Требования к кадровому планированию. Кадровый контроллинг и кадровое планирование. Оперативный план работы с персоналом. Кадровая безопасность. Стандарты и наилучшие практики в области управления персоналом и менеджмента знаний. Лабораторная работа: -
Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	33	33
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	33	33
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	39	39
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	72/2	72/2

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Теоретические основы маркетинга персонала	4	6	4	0	9	4
2	Маркетинговые коммуникации	4	4	6	0	8	6
3	Тайм-менеджмент, самоконтроль и саморазвитие	4	4	4	0	8	4
4	Разработка и реализация стратегии управления персоналом.	4	4	4	0	8	4
		Итого:	18	18	0	33	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
Самостоятельная работа студента (СР)	57	57
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	57	57
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	11	11
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	72/2	72/2

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Теоретические основы маркетинга персонала	4	2	0	0	12	4	
2	Маркетинговые коммуникации	4	2	0	0	15	6	
3	Тайм-менеджмент, самоконтроль и саморазвитие	4	0	2	0	15	4	
4	Разработка и реализация стратегии управления персоналом.	4	0	2	0	15	4	
Итого:			4	4	0	57	18	

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Аудиторные занятия (АЗ):	32	32
Лекционные занятия (Лек)	16	16
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	16	16
Самостоятельная работа студента (СР)	38	38
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	38	38
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
Контактная работа (КоР)	34	34
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	72/2	72/2

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Теоретические основы маркетинга персонала	5	4	4	0	10	4	
2	Маркетинговые коммуникации	5	4	4	0	10	6	
3	Тайм-менеджмент, самоконтроль и саморазвитие	5	4	4	0	10	4	
4	Разработка и реализация стратегии управления персоналом.	5	4	4	0	8	4	
Итого:			16	16	0	38	18	

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА. Учебное пособие для вузов / Масалова Ю. А. - Новосибирский государственный университет экономики и управления (г. Новосибирск), 2022 г. - 321 с. - ISBN 978-5-534-14616-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-personala-496884>

2. КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА И КАДРОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ 3-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Одегов Ю. Г., Павлова В. В., Петропавловская А. В. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва), 2022 г. - 575 с. - ISBN 978-5-534-14217-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/kadrovaya-politika-i-kadrovoe-planirovanie-496601>

3. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ. Учебное пособие для вузов / Круглов Д. В., Резникова О. С., Цыганкова И. В. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург); Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского (г. Симферополь), 2022 г. - 168 с. - ISBN 978-5-534-14713-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/strategicheskoe-upravlenie-personalom-497151>

Дополнительная литература:

1. УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ: СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД. Учебник и практикум для вузов / Горелов Н. А., Круглов Д. В., Мельников О. Н. ; Под ред. Горелова Н.А. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 270 с. - ISBN 978-5-534-00650-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlenie-chelovecheskimi-resursami-sovremennyu-podhod-490237>

2. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ 3-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Литвинюка А.А. - Российский государственный торгово-экономический университет (г. Москва), 2022 г. - 461 с. - ISBN 978-5-534-14697-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlenie-personalom-488852>

3. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ. Учебник для вузов / Под общ. ред. Панфиловой А.П., Киселевой Л.С. - Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена (Герценовский университет) (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 313 с. - ISBN 978-5-534-14222-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/innovacionnyu-menedzhment-v-upravlenii-chelovecheskimi-resursami-496616>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. -

Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. eLibrary.ru : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arch.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный

9. Sostav: реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.sostav.ru>. - Текст: электронный

10. AdIndex.ru: реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

11. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.cfin.ru>. - Текст: электронный

12. HR-tv.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://thehrd.ru/>. - Текст: электронный

13. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный

15. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://mintrud.gov.ru>. - Текст: электронный

16. Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный

17. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место

обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Доклад, сообщение/Реферат №1

1. Система управления персоналом в режиме он-лайн

2. Связь стратегии управления персоналом со стратегией развития организации, планами и производственными задачами

Доклад, сообщение/ Реферат № 2

1. Эволюция представлений об управлении персоналом.
2. Управление персоналом в классическом менеджменте.
3. Теории управления персоналом в 1/2 XX века.
4. Поведенческие теории управления персоналом.
5. Хоторнский эксперимент.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1

Основы управления персоналом: теория и практика.

Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1

Тема: самоконтроль.

Содержание: разработка и анализ рабочего дня.

Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1

Деловая игра «разработка плана персонал-маркетинга»

Цели деловой игры:

+Формирование целостного представления о формах и методах долговременного обеспечения организации человеческими ресурсами;

Обучение групповым методам работы при подготовке и принятии решений;

Выработка навыков выявления факторов, формирующих дополнительную потребность в персонале, разработка требований к персоналу, определения источников и путей покрытия потребности в персонале и т.д.

Практическое применение методик расчета дополнительной потребности в персонале и затрат на персонал-маркетинг.

Исходная информация.

Маркетинг персонала означает содержательное расширение функции производственного маркетинга в область управления человеческими ресурсами. **Маркетинг персонала** - вид управленческой направленной на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами, образующими ее стратегический потенциал, с помощью которого возможно решение конкретных целевых

Маркетинг персонала трактует рабочее место как продукт, который продается на рынке труда.

Маркетинговая концепция управления персоналом заключается в том, что важнейшим условием достижения целей организации выступает четкое определение требований к персоналу, выявление его социальных потребностей в процессе профессиональной деятельности, обеспечение их удовлетворения более эффективными, чем у конкурентов, способами.

Источниками информации для маркетинга персонала являются:

Учебные программы и планы выпуска специалистов в учебных заведениях

Учебные программы дополнительного обучения в коммерческих учебных центрах и для курсов переобучения при биржах труда

Аналитические материалы, публикуемые государственными органами по труду и занятости (такие материалы могут готовиться по заявкам организаций)

Информационные сообщения служб занятости (бирж труда)

Специализированные журналы и специальные издания, посвященные вопросам трудоустройства, а также общим проблемам управления персоналом

Сеть научно-технических библиотек, в которых также могут готовиться тематические аналитические обзоры

Выставки, конференции, семинары

Экономические публикации в газетах

Рекламные материалы других организаций, в особенности организаций-конкурентов

Презентации фирм в учебных заведениях, проведение учебными заведениями "дней открытых дверей"

Система внутренней отчетности организации по кадровым вопросам

Аналитические материалы по изучению требований, предъявляемых к должностям и рабочим местам, а также по изучению содержания труда на рабочих местах

Беседы специалистов по персоналу-маркетингу с потенциальными сотрудниками своей организации и т.п.

Анализ требований, предъявляемых к рабочим местам (должностям), формирует систему требований, которые организация-работодатель предъявляет к персоналу, претендующему на определенные вакансии. Эти **требования**, как правило, выражаются в следующих группах:

Способности (к обучению, к восприятию профессиональной информации и профессиональных нагрузок, к концентрации памяти, внимания, усилий и т.п.).

Свойства (образование, основные и дополнительные знания, практические умения и навыки в определенной сфере деятельности, опыт работы в определенных должностях и т.п.).

Мотивационные установки (стремление к самовыражению и самореализации, сотрудничеству и взаимопомощи, заинтересованность в работе на определенной должности, определенность профессиональных перспектив).

Источники покрытия потребности в персонале могут быть внешними и внутренними по отношению к организации-работодателю.

Внешние источники - это объекты профессиональной и социальной инфраструктуры, обеспечивающие покрытие потребности в персонале организации. *Внутренние источники* - это возможности организации в самообеспечении потребности в персонале.

Пути покрытия потребности в персонале представляют собой способы приобретения персонала у Определенного источника покрытия кадровой потребности. Выделяют активные и пассивные пути.

Активные пути, связанные с внешними источниками:

набор непосредственно из учебных заведений посредством заключения двусторонних соглашений, как с данным учебным заведением, так и с участником обучения;

предоставление заявок по вакансиям в местные или межрегиональные службы занятости (биржи труда);

использование услуг консультантов по персоналу и услуг специализированных посреднических фирм по найму персонала (коммерческих бирж труда, рекрутинговых агентств);

вербовка персонала через своих сотрудников (из семейного круга, из других организаций, в учебных заведениях);

заключение лизинговых соглашений с другими работодателями на определенных условиях предоставления кадровых ресурсов.

Пассивные пути, связанные с внешними источниками:

сообщение о вакансиях через рекламные объявления в СМИ и специальных изданиях;

ожидание претендентов после рекламной кампании.

Пути покрытия потребности в персонале из внутренних источников - самой организации:

перемещение сотрудников в рамках одного или нескольких подразделений с соответствующим переобучением или без него;

перемещение сотрудников на более высокий иерархический уровень организации (как правило, с получением дополнительного обучения);

формирование новой функциональной роли сотрудника в рамках прежнего рабочего места при соответствующем дополнительном обучении;

изменение продолжительности рабочего времени и режима труда.

Методические указания и порядок проведения деловой игры:

На первом этапе преподаватель (руководитель игры) ставит задачу на игру, объясняет исходные условия игры и задачи участников. **Деловая игра ведется в тех же подгруппах**, которые сложились для игры "Цели и функции...". Используются базовые сведения о предприятии, выбранном в подгруппах для проведения серии деловых игр — сведения о предприятии и о персонале; миссия; декомпозиция целей, цели по управлению персоналом; оргструктура управления предприятием; оргструктура службы УП и т.п.

Задание:

1. Разработать план персонал-маркетинга выбранного ранее предприятия, используя при разработке рекомендации по содержанию плана (Приложение №1). По каждому разделу плана должен быть назначен ответственный исполнитель из числа должностных лиц или подразделений, непосредственно отвечающих за его разработку и выполнение. В графе "сроки" должна быть определена дата или иной срок (месяц, квартал) подготовки или выполнения соответствующего раздела плана.
2. Оформить результаты в таблице (по форме табл.1).

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2

1. Тайм-менеджмент, самоконтроль и саморазвитие
2. Разработка и реализация стратегии управления персоналом

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету

1. Персонал-технологии в управлении организацией
2. Стратегическое развитие персонала как направление кадровой политики организации
3. Современные подходы в теории и практике управления персоналом.
4. Профессиональные стандарты и их применение в практике управления персоналом
5. Роль оценки в развитии персонала
6. Планирование и развитие карьеры персонала
7. Персонал-технологии в управлении организацией
8. Стратегическое развитие персонала как направление кадровой политики организации
9. Современные подходы в теории и практике управления персоналом
10. Роль оценки в развитии персонала
11. Планирование и развитие карьеры персонала
12. Профессиональные стандарты и их применение в практике управления персоналом
13. Современные подходы в теории и практике управления персоналом.
14. Персонал-технологии в управлении организацией
15. Стратегическое развитие персонала как направление кадровой политики организации
16. Роль оценки в развитии персонала

17. Планирование и развитие карьеры персонала

18. Профессиональные стандарты и их применение в практике управления персоналом

Примерный перечень практических заданий к зачету

Решить задания и тесты, предложенные в сборнике, ссылка на документ по выбору преподавателя.

Задание 1 Вспомните ситуацию из своей жизни, когда вам нужно было сделать кому-либо подарок. Подумайте и опишите, можно ли считать этот ваш поступок сделкой или обменом, какие потребности, вы планировали удовлетворить, совершая это действие. Насколько вам удалось достигнуть желаемой цели.

Задание 2 Используя приведенный выше маркетинговый цикл, опишите, используя приведенную терминологию совершенную вами значимую покупку или осуществление какой-либо идеи, которая была для вас важна. При этом следует подробно показать, как возникла нужда в том или ином благе, каким образом сформировалась потребность, отвечала ли она вашим запросам и т. д. вплоть до полного удовлетворения нужды и получения искомого блага. Это даст возможность осознать осуществление вами маркетинговой деятельности.