

Модер 2013

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебно-методической работе

А.А.Панфилов

« 28 » 01 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.03.03 «Управление персоналом»

Профиль подготовки «Управление персоналом организаций»

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

| Семестр | Трудоемкость зач. ед, час. | Лекции, час. | Практич. занятия, час. | Лаборат. занятия, час. | СРС, час. | Форма промежуточного контроля (экз./зачет) |
|---------|----------------------------|--------------|------------------------|------------------------|-----------|--|
| 6 | 3 зач. ед., 108 час. | 36 | 36 | - | 36 | Зачет |
| Итого | 3 зач. ед., 108 час. | 36 | 36 | - | 36 | Зачет |

г.Владимир 2016 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Маркетинг персонала» являются:

- формирование понимания современной концепции маркетинга персонала в непосредственной взаимосвязи с вопросами управления персоналом;
- создание теоретической основы для организационно-экономической деятельности в сфере управления персоналом.
- формирование практических знаний, направленных на развитие способности ориентироваться в ситуации на рынке труда и умение использовать технологии маркетинга персонала в условиях конкретных организаций

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Программа дисциплины «Маркетинг персонала» относится к базовой части и находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОПОП и базируется на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин как «Философия», «Социология», «Психология», «Основы управления персоналом», «Организационное поведение», а также при прохождении учебной и производственной практик.

Набор входящих знаний и умений, состоящих в умении выявлять проблемы методологических и методических основ и для усвоения таких дисциплин, как: «Управление социальным развитием персонала», «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности», «Основы управлеченческого консультирования» и др.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Студент должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК): ПК-2, ПК-3.

- знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике (ПК-2);
- знанием основ разработки и внедрения требований к должностям, критерии подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике (ПК-3);

В результате освоения учебной дисциплины «Маркетинг персонала» обучающийся должен:

знать:

- методические основы маркетинга персонала (ПК-2);
- факторы, воздействующие на формирование персонала организации (ПК-2);
- методы обеспечения потребности в персонале организации (ПК3);
- основную кадровую документацию (ПК-2);
- основы разработки и внедрения требований к должностям, критерии подбора и расстановки персонала, основы найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике (ПК-3);

уметь:

- прогнозировать возможные причины возникновения опасных ситуаций в условиях сферы управления (ПК-2);
- разрабатывать требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала;

-проводить аналитическую работу по изучению вопросов структуры персонала (ПК-3);

владеТЬ:

-навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналом (ПК-3);

-знанием основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике (ПК-2);

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

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

| № п/п | Раздел (тема) дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | | | Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %) | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам) | |
|-------|---|---------|-----------------|--|----------|----------------------|---------------------|--------------------|---|---|---------------------|
| | | | | Лекции | Семинары | Практические занятия | Лабораторные работы | Контрольные работы | | | |
| 1 | Тема 1. Объект, предмет, содержание и задачи дисциплины | 6 | 1 | 2 | | 2 | | | 2 | 3/75 | |
| 2 | Тема 2. Маркетинговые концепции управления персоналом | 6 | 2-3 | 2 | | 2 | | | 2 | 3/75 | |
| 3 | Тема 3. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации | 6 | 4 | 2 | | 2 | | | 4 | 3/75 | |
| 4 | Тема 4. Формирование системы управления маркетингом персонала в организации | 6 | 5-6 | 4 | | 4 | | | 2 | 5/62,5 | Рейтинг-контроль №1 |
| 5 | Тема 5. Требования к персоналу и запросы к работодателю | 6 | 7,8 | 4 | | 4 | | | 4 | 5/62,5 | |
| 6 | Тема 6. Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации | 6 | 9,10 | 4 | | 4 | | | 4 | 5/62,5 | |
| 7 | Тема 7. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала | 6 | 11,12 | 4 | | 4 | | | 4 | 5/62,5 | Рейтинг-контроль №2 |
| 8 | Тема 8. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала | 6 | 13,14 | 4 | | 4 | | | 4 | 5/62,5 | |
| 9 | Тема 9. Подходы к реализации маркетинга персонала в организации | 6 | 15-16 | 4 | | 4 | | | 4 | 5/62,5 | |
| 10 | Тема 10. Процесс реализации маркетинга персонала | 6 | 16-17 | 4 | | 4 | | | 4 | 5/62,5 | |
| 11 | Тема 11. Контроль реализации маркетинга персонала | 6 | 17-18 | 2 | | 2 | | | 2 | 3/75 | Рейтинг-контроль №3 |
| Всего | | | | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 47/65,3 | Зачет | |

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» компетентностный подход дисциплины «Маркетинг персонала» реализуется путем проведения лекционных и практических занятий с применением мультимедийных технологий.

Лекционный курс обеспечен комплектом презентационных материалов предоставляемых студентам с помощью проектора в оборудованной аудитории.

Практические занятия проводятся в форме деловых игр, дискуссий по темам выданным для опережающей самостоятельной работы. Более половины практических работ студенты работают в малых группах, решая ситуационные задачи.

Таким образом, преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- использование электронных образовательных ресурсов в виде комплекта презентаций как сопровождение к лекциям;
- разбор конкретных ситуаций - совместными усилиями группы бакалавров проанализировать ситуацию, возникающую при конкретном положении дел, и выработать практическое решение; окончание процесса - оценка предложенных алгоритмов и выбор лучшего в контексте поставленной проблемы;
- деловые игры - выработка навыка принятия решений в различных искусственно созданных ситуациях, осуществляемого по заданным правилам группой бакалавров в диалоговом режиме.
- опережающая самостоятельная работа - изучение студентами нового материала до его изучения в ходе аудиторных занятий. Необходимо самостоятельно заранее, то есть дома, до аудиторных занятий, изучить учебную литературу, нормативные акты, продумать вопрос по соответствующей теме и дать краткие ответы на все проблемные вопросы соответствующей темы.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с положением о рейтинговой системе комплексной оценки знаний студентов ФГБОУ ВО ВлГУ.

Текущий контроль проходит в форме рейтинг-контролей. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины «Маркетинг персонала» направлена на закрепление основных элементов теоретического и практического курса. В ходе её реализации по предварительно выданным бакалаврам заданиям предусмотрены следующие формы контроля:

1. Рейтинг-контроль.
2. Решение ситуационных задач в рамках практических работ.
3. Индивидуальные и коллективные консультации по практической работе.
4. Выступление и оппонирование на семинарских занятиях.
5. Зачет.

Примеры заданий, используемых при проведении рейтинг-контроля

Рейтинг-контроль № 1.

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

Ознакомиться с Мониторингом потребности в профессиональной подготовке квалифицированных рабочих кадров и специалистов для отдельных сфер экономики Владимирской области в 2015-2019 годах.

Подготовить и представить материалы по состоянию (анализ) и развитию (прогноз) кадрового потенциала Владимирской области.

Рейтинг-контроль № 2.

1. Перечислите возможные активные и 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.

Рейтинг-контроль № 3.

Провести мониторинг потребностей работодателей в менеджерах и предъявляемых к ним требований, обработать и представить статистическую информацию по Владимирской области 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.

Примерная тематика контрольных работ

1. Маркетинговые концепции управления персоналом
2. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации
3. Формирование системы управления маркетингом персонала в организации
4. Требования к персоналу и запросы к работодателю
5. Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации
6. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала
7. Маркетинг персонала как вид деятельности, направленной на достижение оптимального соответствия между спросом и предложением с целью удовлетворения потребности в труде субъектов трудовых отношений. Значение маркетинга на рынке персонала. Задачи маркетинга персонала.
8. Философия маркетинга персонала: удовлетворение потребностей организации в персонале при одновременном удовлетворении потребностей работников.
9. Комплекс маркетинга персонала 5 Р: цена, продукт, продвижение, место, персонал.
10. Маркетинг персонала ориентированный на потребителя и конкурента.
11. Система маркетинга персонала. Принципы маркетинга персонала.
12. Этические принципы маркетинга персонала.
13. Субъекты маркетинга персонала: персонал, работодатель, государственная служба занятости, негосударственные структуры по содействию занятости, государственная служба миграции, учебные заведения начального, среднего и высшего профессионального образования, профсоюзы.
14. Объект маркетинга персонала.
15. Средства маркетинга, ориентированные на продукт и на удовлетворение дифференцированных потребностей.
16. Индивидуальный маркетинг.
17. Информационная и коммуникационная функции маркетинга персонала.

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Маркетинг персонала»

1. Понятие, основные составляющие и предпосылки маркетинга персонала
2. Факты формирования технологий маркетинга персонала
3. Цели маркетинга персонала
4. Уровни маркетинга персонала
5. Виды маркетинга персонала.
6. Внешние и внутренние факторы для анализа

7. Принципы маркетинга персонала
8. Функции маркетинга персонала
9. Этапы деятельности маркетинга персонала
10. Оценка эффективности маркетинга персонала
11. Сущность рынка труда
12. Разработка профессиональных требований к персоналу.
13. Требования к должности и определение стандарта кандидата.
14. Должностные инструкции. Основные требования к их разработке.
15. Цели и задачи кадрового планирования.
16. Методы определения потребностей в персонале.
17. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.
18. Источники и пути покрытия потребности в персонале, оценка их эффективности
19. Маркетинг системы оплаты труда
20. Задачи менеджера при комплектовании кадров.
21. Реклама и ее роль в осуществлении кадрового маркетинга.
22. Отечественный и зарубежный опыт применения маркетинга персонала
23. Лизинг персонала как источник покрытия потребности.
24. Имидж фирмы и его значение в маркетинге персонала.
25. Оценка работы службы управления персоналом.
26. Методы оценки персонала.
27. Методы оценки управленческих кадров.
28. Роль и место аудита в маркетинге персонала.
29. Оценка кандидатов при приеме на работу. Конкурсный набор кандидатов.
30. Корпоративная культура как основа маркетинга персонала

Содержание самостоятельной работы студентов

В ходе самостоятельной работы рекомендуется проанализировать конспект лекций и источники по теме, выписать в тетрадь базовые категории, законспектировать необходимую литературу.

По курсу студенты должны подготовить один доклад и выступить с докладом и презентацией на его основе.

Темы докладов

1. Кадровый потенциал организаций.
2. Проблема безработицы и открытых вакансий на рынке труда.
3. Взаимодействие организации работодателя с отраслевым рынком труда.
4. Статистика о состоянии рынка труда.
5. Развитие кадрового потенциала территории (на примере Мониторинга потребности в профессиональной подготовке квалифицированных рабочих кадров и специалистов для отдельных сфер экономики Владимирской области в 2015-2019 годах).
6. Аналитические инструменты маркетинга персонала.
7. Организация деятельности службы управления персоналом по реализации маркетинговых функций.
8. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.
9. Источники и пути покрытия потребности в персонале, оценка их эффективности
10. Маркетинг системы оплаты труда
11. Задачи менеджера при комплектовании кадров.
12. Реклама и ее роль в осуществлении кадрового маркетинга.
13. Отечественный и зарубежный опыт применения маркетинга персонала.
14. Роль и место аудита в маркетинге персонала.
15. Оценка кандидатов при приеме на работу. Конкурсный набор кандидатов.
16. Корпоративная культура

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / О. Ю. Патласов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 384 с. - ISBN 978-5-394-02354-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513091>
2. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: Учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова; ГУУ - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013 - 301 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (п) ISBN 978-5-16-006649-3 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402612>
3. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплёт) ISBN 978-5-16-003647-2 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=407721>

Дополнительная литература

1. Основы управления персоналом: Учебник / А.Я. Кибанов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 440 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплёт) ISBN 978-5-16-009561-5, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=447389>
2. Управление персоналом: ассессмент, комплектование, адаптация, развитие: Уч. пос. / Е.В.Куприянчук, Ю.В.Щербакова. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2012. - 255 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (п) ISBN 978-5-369-01061-7 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=264424>
3. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 288 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплёт) ISBN 978-5-16-005383-7 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=363850>
4. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Б. Сафонова, И.Е. Корнеева. - М.: Дашков и К, 2012. - 296 с.: 60x88 1/16. - (Учебные издания для бакалавров). (переплёт) ISBN 978-5-394-01470-3, <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=336541>
5. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом. Практикум [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Управление персоналом», «Менеджмент организаций» / Т. Ю. Базаров. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - ISBN 978-5-238-01500-2.

Периодические издания

1. Журнал «Проблемы теории и практики управления».
2. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом» (ВлГУ)
3. Журнал «Управление персоналом» (ВлГУ)

Справочно-правовые системы

1. Консультант Плюс

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

программное обеспечение включает в себя пакет программ MS Office (Word, Excel, PowerPoint), Adobe Reader.

| | |
|--|--|
| http://www.gov.ru | Сервер органов государственной власти РФ |
| www.minregion.ru | Министерство регионального развития Российской Федерации |
| www.economy.gov.ru | Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации |
| www.gks.ru | Федеральная служба государственной статистики |

| | |
|--|---|
| www.ecsocman.edu.ru | Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менедж-мент" |
| www.dis.ru/manag | Журнал «Менеджмент в России и за рубежом» |
| www.rjm.ru | «Российский журнал менеджмента» |
| www.vam.amr.ru | Вестник Ассоциации менеджеров |
| www.grebennikov.ru/motivati | Журнал «Мотивация и оплата труда» |
| www.grebennikov.ru/personnel_development.phtml | Журнал «Управление развитием персонала» |
| www.grebennikov.ru/hr_mana | Журнал «Управление человеческим потенциалом» |
| www.dps.smrlc.ru/Ogl_uchmat.htm | Энциклопедия управления персоналом "Управление человеческими ресурсами". Учебные материалы. |
| www.i-u.ru/description.aspx | Электронное издание "Кадры и кадровая политика" |
| www.hr-portal.ru/ | Сайт "Психология и управление персоналом". Должностные инструкции. |

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Лекционные занятия:

- Комплект электронных презентаций;
- Лекционная аудитория, оснащение: мультимедийное оборудование (проектор мультимедийный Epson “EB-W18”, экран Lumien),
- доска настенная

2. Практические занятия:

- Учебная аудитория, оснащение: мультимедийное оборудование (проектор BenQ MX 503, экран DRAPER DIPLOMAT 8 100 NtSC MV 152*203),
- пакет ПО общего назначения: Microsoft Word и Microsoft PowerPoint.
- доска настенная.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО
38.03.03«Управление персоналом».

Рабочую программу составил
старший преподаватель каф. ЭУИИ


М.И. Закирова

Рецензент: ген. директор
ООО «Альфавладтелеоматика»


К.Г. Шакулов

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЭУИИ.
протокол № 16 от 25.01.2016.

Заведующий кафедрой


д.э.н. профессор Доничев О.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической
комиссии направления 38.03.03«Управление персоналом»
протокол № 3 от 28.01.2016

Председатель комиссии


д.э.н. профессор Доничев О.А.

переутверждение
**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 16/17 учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу по дисциплине
«МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА»
составленную старшим преподавателем ФГБОУ ВО
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевич Столетовых»
М.И. Закировой

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг персонала» составлена в соответствии с планом подготовки бакалавров по направлению 38.03.03 «Управление персоналом». Рабочая программа содержит все необходимые разделы и соответствует требованиям ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ПрООП ВО.

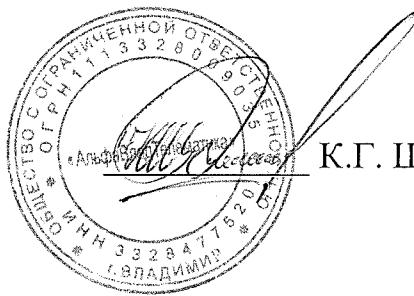
Автором рабочей программы определены: цель освоения дисциплины, ее место в структуре основной образовательной программы высшего образования, выделены общекультурные компетенции обучающихся, формируемые в результате освоения дисциплины. В структуре курса приведены темы и виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах). Учебная работа предусматривает применение интерактивных методов обучения.

В соответствии с составленной рабочей программой запланированы формы регулярного текущего контроля успеваемости студентов, даны примерные вопросы к рейтинг-контролю знаний обучающихся. Рабочей программой предусмотрена также самостоятельная работа в соответствии с предлагаемыми темами. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины предполагает использование основной, дополнительной литературы, а также периодических изданий и интернет-ресурсов.

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг персонала», разработанная старшим преподавателем кафедры ЭУИИ Закировой М.И., может использоваться для осуществления учебного процесса в высшем учебном заведении направления подготовки 38.03.03 «Управление персоналом».

Рецензент:
Генеральный директор
ООО «Альфавладтелеинформика»

«___» _____ 20 г.



К.Г. Шакулов