

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет социальных технологий и управления
Кафедра Менеджмента и управления персоналом

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Факультет социальных
технологий и управления

Лига Марина Борисовна

«___» _____ 20____
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.13 Маркетинг персонала
на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 38.03.03 - Управление персоналом

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
«___» _____ 20____ г. №_____

Профиль – Документационное обеспечение и учет персонала (для набора 2022)
Форма обучения: Очно-заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

– формирование компетенций по маркетингу персонала, позволяющих студентам вести профессиональную деятельность, – формирование политики управления персоналом организации, – ориентироваться в ситуации на рынке труда и уметь использовать технологии маркетинга персонала в конкретных условиях организации.

Задачи изучения дисциплины:

– изучить функции и технологии маркетинга персонала; – изучить нормативно-правовые основания маркетинга персонала в организации; – получить практические навыки маркетинга персонала в организации и обеспечении потребности предприятия с учетом наличия квалифицированных кадров и внешнего рынка труда;

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Маркетинг персонала» входит в базовую часть Б1.В.13 цикла дисциплин ФГОС ВПО по направлению «Управление персоналом». Дисциплина является обязательной для студентов очно-заочной форм обучения, изучается ими в 4 семестре. Теоретические знания и практические навыки, полученные студентами при ее изучении, должны быть использованы в процессе изучения последующих дисциплин по учебному плану, при подготовке курсовых работ и выпускной квалификационной работы, при выполнении студенческой научно-исследовательской работы.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Виды занятий	Семестр 4	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	16	16
Лекционные (ЛК)	16	16
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	0
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	92	92
Форма промежуточной	Зачет	0

аттестации в семестре		
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

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

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
УК-2	УК-2.1. Знает необходимые теоретические и методологические основы проектной деятельности, правовые нормы, определяющие и регулирующие сферу, в которой осуществляется разработка и реализация проектов	<p>Знать: правовые нормы, определяющие и регулирующие сферу, в которой осуществляется разработка и реализация проектов.</p> <p>Уметь: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Владеть: необходимыми теоретическими методологическими основами проектной деятельности.</p>
УК-2	УК-2.2. Умеет разрабатывать директивные документы, исходя из действующих правовых норм, планы, определять целевые этапы и основные направления работ, обосновывать выбор оптимального решения из имеющихся альтернатив для достижения намеченных результатов	<p>Знать: методы разработки директивных документов.</p> <p>Уметь: обосновывать выбор оптимального решения из имеющихся альтернатив для достижения намеченных результатов.</p> <p>Владеть: Владеет методами разработки директивных документов, планов.</p>
УК-2	УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта;	Знать: круг задач в рамках поставленной цели; методы оценки

	<p>методами оценки продолжительности, стоимости и рисков проекта, имеющихся ресурсов и ограничений, учитывая действующие правовые нормы.</p>	<p>продолжительности, стоимости и рисков проекта</p> <p>Уметь: разрабатывать цели и задачи проекта; методы оценки продолжительности, стоимости и рисков проекта, имеющихся ресурсов и ограничений, учитывая действующие правовые нормы.</p> <p>Владеть: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности, стоимости и рисков проекта, учитывая действующие правовые нормы.</p>
ПК-1	<p>ПК-1.1. Формирует и корректирует требования к вакантной должности (профессии, специальности) с учетом анализа рынка труда и персонала организации по профилю вакантной должности</p>	<p>Знать: основы разработки и внедрения требований к вакантным должностям (профессии, специальности) с учетом анализа рынка труда и персонала организации по профилю вакантной должности.</p> <p>Уметь: формировать требования к вакантной должности, осуществлять поиск, привлечение, подбор и отбор персонала.</p> <p>Владеть: навыками формирования и корректировки требований к вакантной должности с учетом анализа рынка труда и персонала организации по профилю вакантной должности</p>
ПК-1	<p>ПК-1.2. Осуществляет выбор способов и методов привлечения персонала, поиск во внутренних и внешних источниках информации о кандидатах, оценивает их соответствие требованиям вакантной должности (профессии, специальности).</p>	<p>Знать: способы и методы привлечения персонала.</p> <p>Уметь: осуществлять выбор способов и методов привлечения персонала, поиск во внутренних и внешних источниках информации о кандидатах, оценивать их соответствие требованиям вакантной должности.</p>

		<p>Владеть: навыками поиска источников, учета требований к вакантным должностям</p>
ПК-1	<p>ПК-1.3. Подготавливает предложения по формированию бюджета на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала</p>	<p>Знать: методы формирования бюджета на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала.</p> <p>Уметь: подготавливать предложения по формированию бюджета на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала.</p>
ПК-1	<p>ПК-1.4. Информировать и консультирует руководителей подразделений по вопросам привлечения персонала с оценкой затрат</p>	<p>Знать: локальные нормативные акты организации, регулирующие порядок подбора персонала, обеспечения персоналом с оценкой затрат.</p> <p>Уметь: консультировать руководителей подразделений по вопросам привлечения персонала с оценкой затрат.</p> <p>Владеть: навыками по оказанию информационных и консультационных услуг руководителям подразделений по вопросам рынка труда в части обеспечения персоналом, по вопросам привлечения персонала с оценкой затрат</p>
ПК-1	<p>ПК-1.5. Использует в работе информационные и поисковые системы для мониторинга рынка труда, базы данных по кандидатам.</p>	<p>Знать: информационные и поисковые системы для мониторинга рынка труда, базы данных по кандидатам.</p> <p>Уметь: работать с информационными и поисковыми системами для мониторинга рынка труда, базы данных по кандидатам.</p>

		<p>Владеть: навыками работы с информационными и поисковыми системами и базами данных по персоналу.</p>
ПК-1	<p>ПК-1.6. Осуществляет анализ потребности организации в персонале, подготавливает предложения по привлечению и удержанию трудовых ресурсов.</p>	<p>Знать: виды потребностей в персонале.</p> <p>Уметь: : осуществлять анализ потребности организации в персонале, подготавливает предложения по привлечению и удержанию трудовых ресурсов.</p> <p>Владеть: методами анализа потребности организации в персонале, подготавливает предложения по привлечению и удержанию трудовых ресурсов.</p>
ПК-7	<p>ПК-7.1. Определение потребности в трудовых ресурсах и составление профиля должности</p>	<p>Знать: основы маркетинга персонала, основы разработки профиля должности</p> <p>Уметь: анализировать потребности в персонале организации и составлять программы подбора и отбора, составлять профиль должности</p> <p>Владеть: навыками внутреннего и внешнего исследования персонала; навыками разработки маркетинга персонала,</p>
ПК-7	<p>ПК-7.2. Анализ рынка труда</p>	<p>Знать: процесс сегментирования внешнего и внутреннего рынков труда организации;</p> <p>Уметь: сегментировать внешний и внутренний рынок труда; Оценивать конкурентоспособность предприятия как работодателя</p> <p>Владеть: навыками анализа спрос и</p>

предложение на внешнем и внутреннем рынках труда;

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Теоретические основы маркетинга персонала	Понятие, цели и задачи маркетинга персонала	16	2	2	0	12
	1.2	Теоретические основы маркетинга персонала	Маркетинговые исследования в системе управления персоналом. Функции маркетинга персонала	14	2	2	0	10
	1.3	Теоретические основы маркетинга персонала	Планирование потребности организации в персонале	16	2	2	0	12
	1.4	Теоретические основы маркетинга персонала	Определение затрат в маркетинге персонала	16	3	3	0	10
	1.5	Технология маркетинга персонала.	Анализ путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале.	18	4	4	0	10
	1.6	Технология маркетинга персонала.	Набор персонала в организацию	14	2	2	0	10
	1.7	Технология маркетинга персонала.	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	14	2	2	0	10

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Понятие, цели и задачи маркетинга персонала	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	2
	1.2	Маркетинговые исследования в системе управления персоналом. Функции маркетинга персонала	Сущность и этапы маркетинга персонала. Вклад немецкой школы в развитие маркетинга персонала. Вклад американской школы в развитие маркетинга персонала. Российская теория маркетинга персонала. Традиционный 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. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная,	2

			профорientационная, социальная, персональная и организационная функции	
	1.3	Планирование потребности организации в персонале	Понятие и назначение планирования потребности организации в персонале. Основные этапы планирования потребности организации в персонале. Методы определения потребности в персонале различных профессионально-квалификационных групп. Факторы потребности организации в персонале.	2
	1.4	Определение затрат в маркетинге персонала	Понятие и структура затрат на персонал. Основные классификации затрат на персонал. Определение затрат на найм персонала в организации: факторы, показатели, структура. Определение затрат на адаптацию нового персонала в организации.	3
	1.5	Анализ путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале.	Сегментирование рынка труда: необходимость, понятие, методы исследования, основные критерии. Анализ кадровой ситуации в регионе. Анализ внутриорганизационных связей. Система показателей и направления анализа..	4
	1.6	Набор персонала в организацию	Понятие, цели и задачи набора персонала. Внутренние источники набора персонала. Внешние источники набора персонала. Достоинства и недостатки источников набора персонала. Оценка и выбор источников набора персонала. Распространение источников набора персонала в современных условиях. Методы набора персонала: активные и пассивные. .	2
	1.7	Имидж организации и его использование в маркетинге	Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации	2

		персонала	и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.	
--	--	-----------	--	--

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Понятие, цели и задачи маркетинга персонала	Подходы к определению. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом.	2
	1.2	Маркетинговые исследования в системе управления персоналом. Функции маркетинга персонала	Маркетинговая деятельность в области персонала. аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции.	2
	1.3	Планирование потребности организации в персонале	Этапы и методы планирования потребности в персонале	2
	1.4	Определение затрат в маркетинге персонала	Структура затрат на маркетинг персонала. Классификация затрат на приобретение и использование персонала	3
	1.5	Анализ путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале.	Методика анализа потребности в персонале на предприятии. Методы расчета потребности в персонале.	4
	1.6	Набор персонала в организацию	Методы и технологии набора персонала в организацию	2
	1.7	Имидж	Составные части имиджа	2

		организации и его использование в маркетинге персонала	организации и факторы его формирования, Способы оценки имиджа организации	
--	--	--	---	--

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Понятие, цели и задачи маркетинга персонала	составление опорного конспекта по вопросам темы. Устный опрос Практические задания	12
	1.2	Маркетинговые исследования в системе управления персоналом. Функции маркетинга персонала	Составление опорного конспекта по вопросам темы. Устный опрос Практические задания	10
	1.3	Планирование потребности организации в персонале	составление опорного конспекта по вопросам темы. Устный опрос; Решение задач	12
	1.4	Определение затрат в маркетинге персонала	Составление опорного конспекта по вопросам темы. Устный опрос.	10
	1.5	Анализ путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале.	Составление опорного конспекта по вопросам темы. Практические задания. Устный опрос.	10
	1.6	Набор персонала в организацию	Составление конспекта Устный опрос. Практические задания Доклад с презентацией	10

	1.7	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	Составление опорного конспекта по вопросам темы. Устный опрос. Тестирование.	10
--	-----	--	--	----

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. 1. Кукушкин И.В. Управление маркетинговой деятельностью организации: маркетинговая среда и потребительский рынок : учеб.пособие / Кукушкин Игорь Владленович, Кашурникова Тина Иннокентьевна, Малышев Евгений Анатольевич. – Чита :ЗабГУ, 2012. – 175 с. 2. Маркетинг: учебник / под ред. Н.М. Кондратенко. – Москва :Юрайт, 2011. – 540 с. 3. Мониц И.П. Маркетинг : учеб.пособие / И. П. Мониц. – Чита :ЗабГУ, 2014. – 124 с. 4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. В.А. Алексунина. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К, 2007. – 716 с.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. 1. Божук С. Г. Маркетинговые исследования : учебник / С. Г. Божук. – 2–е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2016. – 280 с.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. 1. Барышев Александр Федорович. Маркетинг : учебник / Барышев, Александр Федорович. – 8–е изд., испр. – Москва: Академия, 2011. – 224 с. 2. Маркетинг: учеб. пособие для бакалавров / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С.В. Карповой. – Ростов–на–Дону : Феникс, 2011. – 473 с.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. 1. Горленко О. А. Управление персоналом : учебник / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаяева. – 2–е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 249 с. Режим доступа:https://biblio-online.ru/book/ECA8FB95-9B24-49C0-A6E1-B6360E1E0B8F?utm_source=biblio-online_share 2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для академического бакалавриата / Божук С. Г. –

2-изд., испр. идоп. – Москва: Издательство Юрайт, 2016. –280 с. 3. Маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Жильцова О. Н. [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой– Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 458 с. Режим доступа: https://biblioonline.ru/book/D5496F40-1F86-4930-A689-B975D3E248D2/marketingovye-kommunikacii?utm_source=biblioonline_share

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
КАДРОВИК.РУ	http://www.kadrovik.ru/
Корпоративный менеджмент	http://www.cfin.ru/
Менеджмент роста. Эксперт on-line	http://www.expert.ru/
Персонал Микс. Научно-практический журнал по стратегическому управлению организацией и ее человеческими ресурсами	http://www.personal-mix.ru/
Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru/
HR-Портал. Сообщество HR-профессионалов	http://www.hr-portal.ru/
HR-journal.ru Журнал «Работа с персоналом»	http://www.hr-journal.ru/

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

1) 1С-Битрикс: Корпоративный портал - Компания 1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях 7-Zip ABBYY FineReader Adobe Audition Adobe Flash Adobe In Design Adobe Lightroom Adobe Photoshop

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения	

практических занятий	
Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Лекции

При написании конспекта лекций кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, либо на практическом занятии.

Практические занятия

Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники. Фиксирование основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Конспектирование источников по рассматриваемой теме. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов на контрольные вопросы.

Самостоятельная работа

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине Маркетинг персонала заключается:

- в поиске, обобщении материала и написании опорного конспекта по изучаемым темам дисциплины и вопросам дискуссий. Список вопросов приведен в ФОС в приложении к рабочей программе;
- в выполнении творческих индивидуальных заданий и кейсов с использованием информационных технологий и электронных образовательных ресурсов (задания и кейсы приведены в ФОС в Приложении);
- подготовке к докладам, коллоквиуму, терминологическому диктанту, промежуточной аттестации в форме зачета (вопросы и задания приведены в ФОСе в приложении);
- выполнении реферата

Студент при самостоятельной подготовке может получить консультацию преподавателя, согласовать с ним конкретный вид организации при выполнении кейсов или индивидуальных творческих заданий.

Разработчик/группа разработчиков:
Нелли Сергеевна Межлумян

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20___ г.