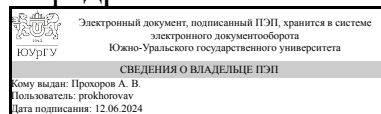


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



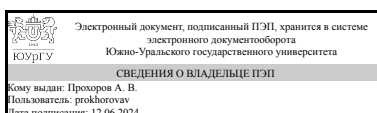
А. В. Прохоров

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.03 Маркетинг персонала организации
для направления 38.03.03 Управление персоналом
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Современные технологии управления персоналом
форма обучения очно-заочная
кафедра-разработчик Современные образовательные технологии

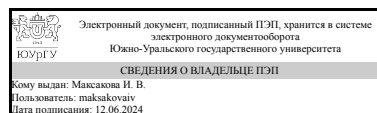
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 955

Зав.кафедрой разработчика,
к.техн.н., доц.



А. В. Прохоров

Разработчик программы,
к.техн.н., доц., доцент



И. В. Максакова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: показать роль маркетинга персонала в системе управления персоналом предприятия. К задачам дисциплины относятся: • ознакомить студентов с основами маркетинга персонала и основными его методами, а также привить навыки использования полученных в ходе изучения дисциплины знаний на практике; • сформировать понимание студентами концепции маркетинга персонала; • развить умение использовать знания в области маркетинга персонала на предприятии.

Краткое содержание дисциплины

Сущность и содержание маркетинга персонала. Сущность и назначение маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система в управлении персоналом. Основные направления и методы маркетинговых исследований рынка труда. Инструменты маркетинга персонала: связи с общественностью в управлении персоналом; корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала; имидж организации как инструмент маркетинга персонала. Подсистема планирования и маркетинга персонала в организации. Процесс управления маркетингом персонала на предприятии. Организация и совершенствование маркетинга персонала на предприятии. Основные функции отдела маркетинга персонала в системе управления персоналом

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен к сбору информации о потребностях организации в персонале	Знает: - общие тенденции на рынке труда и в отдельной отрасли, конкретной должности, специальности; - структуру организации и вакантные должности; - источники обеспечения организации кадрами Умеет: - собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях рынка труда, включая предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала Имеет практический опыт: - анализа рынка труда по организации работы на аналогичном производстве и рабочих местах
ПК-7 Способен к организации обучения персонала	Знает: - методы, инструменты маркетинговых исследований потребности в обучении персонала Умеет: - анализировать рынок образовательных услуг и готовить предложения по поставщикам услуг Имеет практический опыт: - анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении персонала

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин,	Перечень последующих дисциплин,
------------------------------------	---------------------------------

видов работ учебного плана	видов работ
Технологии обучения и развития персонала	Аудит и контроллинг персонала, Персональный менеджмент

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Технологии обучения и развития персонала	Знает: - технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала, - методологию и современные технологии обучения;- порядок разработки учебных планов и программ подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров Умеет: - анализировать правила, процедуры и порядки проведения обучения, адаптации и стажировки, развития и построения профессиональной карьеры персонала, - разрабатывать учебные планы и программы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров;- производить оценку эффективности системы и программ обучения персонала организации Имеет практический опыт: - подготовки предложений по совершенствованию систем обучения, адаптации и стажировки, развития и построения профессиональной карьеры персонала, - разработки методических материалов, учебных планов и программ, проектов локальных актов по обучению и развитию персонала

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75

Выполнение заданий ЭУК в "Электронном ЮУрГУ"	15	15
Подготовка к зачету	10	10
Самостоятельное изучение разделов дисциплины и подготовка к выполнению заданий	10,75	10.75
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Сущность и содержание маркетинга персонала	4	2	2	0
2	Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований в управлении персоналом	8	4	4	0
3	Инструменты маркетинга персонала	12	6	6	0
4	Управление маркетингом персонала на предприятии	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	1. Сущность и содержание маркетинга персонала. Маркетинговые концепции управления персоналом: внешняя и внутренняя маркетинговая (в области персонала) среда организации; состав и содержание внешних, промежуточных и внутренних факторов маркетинговой среды; концепции маркетинга персонала, основные подходы к их трактовке. Использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала. Понятийный аппарат маркетинга персонала. Принципы маркетинга персонала; сходства и различия между маркетингом товаров (услуг) и маркетингом персонала. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации.	2
2	2	2.1. Сущность и назначение маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система в управлении персоналом. Понятие, значение и сущность маркетинговой информации в системе управления персоналом. Система маркетинговой информации и ее элементы. Источники маркетинговой информации по персоналу. Процедура маркетинговых исследований	2
3	2	2.2. Основные направления и методы маркетинговых исследований рынка труда. Основные направления маркетинговых исследований. Преимущества и недостатки различных методов сбора информации. Маркетинговые исследования рынка труда.	2
4	3	3.1. Связи с общественностью в управлении персоналом. Организация общественного мнения: сущность, назначение, используемые средства (установление и поддержание связей с прессой, пропаганда услуг (товара), общефирменная коммуникация, лоббизм, консультирование). Роль и место связи с общественностью в управлении персоналом. Оценка результатов пропагандистской деятельности.	2
5	3	3.2. Корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала. Сущность и характерные черты корпоративной культуры организации. Значение корпоративной культуры в организации, ее влияние на эффективность деятельности организации в целом. Корпоративная культура	2

		как инструмент маркетинга персонала.	
6	3	3.3. Имидж организации как инструмент маркетинга персонала. 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.	2
7	4	4.1. Подсистема планирования и маркетинга персонала в организации. Функции подсистемы планирования и маркетинга персонала: разработка кадровой политики, разработка стратегии управления персоналом, анализ кадрового потенциала, анализ рынка труда, организация кадрового планирования, планирование и прогнозирование потребности в персонале, организация рекламы, поддержание взаимосвязи с внешними источниками, обеспечивающими организацию кадрами. Процесс управления маркетингом персонала на предприятии Система управления маркетингом персонала на предприятии. Роль маркетинговой деятельности в системе управления персоналом с позиции повышения конкурентоспособности предприятия и достижения поставленных целей.	2
8	4	4.2. Организация и совершенствование маркетинга персонала на предприятии. Основные функции отдела маркетинга персонала в системе управления персоналом Планирование персонала, определение качественной и количественной потребности в персонале, выбор источников и путей покрытия потребности в персонале. Подбор и расстановка кадров по подразделениям, участкам и рабочим местам, управление профессиональной адаптацией работника в трудовом коллективе. Планирование деловой карьеры персонала. Участие отдела маркетинга в создании единой информационной базы, изучение и прогнозирование конъюнктуры рынка труда. Формирование имиджа компании в глазах, как своих сотрудников, так и общественности в целом.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Обсуждение докладов, подготовленных самостоятельно с целью закрепления теоретического материала и приобретения навыка анализа литературы. Ответы на вопросы для самоконтроля	2
2	2	Деловая игра. Разработка плана маркетингового исследования рынка труда.	2
3	2	Презентация докладов по результатам деловой игры	2
4	3	Обсуждение докладов, подготовленных самостоятельно с целью закрепления теоретического материала и приобретения навыка анализа литературы. Ответы на вопросы для самоконтроля	2
5	3	Решение кейса "Подбор персонала" с целью приобретения навыков самостоятельной работы и работы в группах.	2
6	3	Занятие включает в себя решение кейса «Информационная пробка» в мини-группах. Каждая группа выявляет основную проблему, описанную в кейсе, разрабатывает свой вариант решения проблемы и представляет его презентацию. Решения обсуждаются и разбираются ошибки.	2
7	4	Деловая игра Проектирование службы маркетинга	2
8	4	Занятие включает в себя обсуждение кейсов, практическое знакомство с системой управления маркетингом персонала. Цель: Формирование умения анализировать и корректировать систему управления маркетинга персонала в целом.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Выполнение заданий ЭУК в "Электронном ЮУрГУ"	https://edu.susu.ru/course/view.php?id	7	15
Подготовка к зачету	ЭУМД: №1 с. 11-319, №2 с. 10-300, №3 с.15-449, №4 с. 10-250	7	10
Самостоятельное изучение разделов дисциплины и подготовка к выполнению заданий	ЭУМД: №1 с. 11-319, №2 с. 10-300, №3 с.15-449, №4 с. 10-250	7	10,75

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	7	Текущий контроль	Задание 1	0,2	10	Выполнение тестового задания осуществляется на портале «Электронный ЮУрГУ» (https://edu.susu.ru). Студенту предоставляется 2 попытки с ограничением по времени для прохождения каждого теста. Метод оценивания – высшая оценка по итогам всех попыток. В случае, если студент набирает менее 60% баллов, по его просьбе преподаватель предоставляет дополнительные попытки.	зачет
2	7	Текущий контроль	Задание 2	0,2	12	Студент выполняет задание после изучения соответствующего раздела. Для выполнения задания необходимо ответить вопросы задания. За каждый правильный ответ на вопрос - 2 балла. Оценка снижается за отсутствие ссылок на использованную литературу (1 балл), а также за не соблюдение требований к оформлению (1 балл). Максимальный балл — 12. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной	зачет

						деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 17	
3	7	Текущий контроль	Задание 3	0,2	12	Студент выполняет задание 3 после изучения соответствующего раздела. Для выполнения задания необходимо ответить вопросы задания. За каждый правильный ответ на вопрос - 2 балла. Оценка снижается за отсутствие ссылок на использованную литературу (1 балл), а также за не соблюдение требований к оформлению (1 балл). Максимальный балл — 12. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 17	зачет
4	7	Текущий контроль	Задание 4	0,2	12	Студент выполняет задание 3 после изучения соответствующего раздела. Для выполнения задания необходимо ответить вопросы задания. За каждый правильный ответ на вопрос - 2 балла. Оценка снижается за отсутствие ссылок на использованную литературу (1 балл), а также за не соблюдение требований к оформлению (1 балл). Максимальный балл — 12. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 17	зачет
5	7	Текущий контроль	Задание 5	0,2	10	Выполнение тестового задания осуществляется на портале «Электронный ЮУрГУ» (https://edu.susu.ru). Студенту предоставляется 2 попытки с ограничением по времени для прохождения каждого теста. Метод оценивания – высшая оценка по итогам всех попыток. В случае, если студент набирает менее 60% баллов, по его просьбе преподаватель предоставляет дополнительные попытки.	зачет
6	7	Промежуточная аттестация	Тестовое задание	-	30	Промежуточная аттестация проводится на портале «Электронный ЮУрГУ» (https://edu.susu.ru). В назначенное по расписанию время студент проходит видео- и аудио-идентификацию и выполняет Экзаменационный тест. Студенту предоставляется 1 попытка с ограничением по времени для прохождения теста. Попытки оцениваются автоматически: максимальный балл за каждый вопрос - 1. Количество вопросов - 30. Метод оценивания — высшая оценка.	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе взвешенной суммы полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и задание промежуточной аттестации.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ПК-1	Знает: - общие тенденции на рынке труда и в отдельной отрасли, конкретной должности, специальности; - структуру организации и вакантные должности; - источники обеспечения организации кадрами	+	+	+	+	+	+
ПК-1	Умеет: - собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях рынка труда, включая предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала	+	+	+	+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: - анализа рынка труда по организации работы на аналогичном производстве и рабочих местах		+	+	+		+
ПК-7	Знает: - методы, инструменты маркетинговых исследований потребности в обучении персонала	+	+	+	+	+	+
ПК-7	Умеет: - анализировать рынок образовательных услуг и готовить предложения по поставщикам услуг	+	+	+	+	+	+
ПК-7	Имеет практический опыт: - анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении персонала		+	+	+		+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Маркетинг в России и за рубежом
2. Маркетолог

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Методические указания по дисциплине Маркетинг персонала

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Методические указания по дисциплине Маркетинг персонала

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14616-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544178 (дата обращения: 07.06.2024). Серия
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/537684 (дата обращения: 07.06.2024).
3	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / А. А. Литвинюк [и др.] ; под редакцией А. А. Литвинюка. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 461 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14697-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535714 (дата обращения: 07.06.2024).
4	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Пугачев, В. П. Управление персоналом организации: практикум : учебное пособие для вузов / В. П. Пугачев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08906-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540541 (дата обращения: 07.06.2024).

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)" -Портал "Дополнительное образование ЮУрГУ" (<https://do.susu.ru>) (бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Зачет	118а (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows

		(бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно)
Контроль самостоятельной работы	118a (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно)
Лекции	118a (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно)
Самостоятельная работа студента	118a (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно)
Практические занятия и семинары	118a (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно)