

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
к.э.н., доцент Измestьев А.А



17.06.2019г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.15. Маркетинг персонала

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом
Направленность (профиль): Управление персоналом
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	4	4
Семестр	41	41
Лекции (час)	28	6
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	28	8
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	52	94
Курсовая работа (час)		
Всего часов	108	108
Зачет (семестр)	41	41
Экзамен (семестр)		

Иркутск 2019

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.03
Управление персоналом .

Автор О.В. Ганаза

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
государственного управления и управления человеческими ресурсами

Заведующий кафедрой Б.Ж. Тагаров

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2020

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг персонала» является формирование знаний и умений, связанных с представлением кадрового потенциала для сохранения дееспособности предприятия; освоение различных технологий согласования способностей персонала с требованиями предприятия; применение форм и методов маркетинга персонала с учетом характеристик кадрового потенциала и специфики предприятия.

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

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-2	знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-2 знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	З. Знать: основные задачи и направления маркетинга персонала У. Уметь: выделять элементы системы маркетинга персонала для их анализа в практике управления персоналом Н. Владеть: навыками осуществления основных технологий маркетинга персонала

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Вариативная часть.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Рынок труда и занятость населения", "Экономика труда"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	28	6
Практические (сем, лаб.) занятия	28	8
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	52	94
Всего часов	108	108

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Маркетинговые концепции управления персоналом	41	0,5	1	12		тест по теме 1
2	Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации	41	0,5	2	14		Контрольная работа по теме 2.
3	Формирование HR-бренда.	41	1	1	14		«Описание секретов HR-бренда от А. Ширманова»
4	Формирование системы управления маркетингом персонала в организации	41	1	1	14		Практическое задание №2 по теме 4
5	Процедура реализации маркетинга персонала	41	1	1	14		Практическое задание №3 по теме 5 «Анализ HR-блогов»
6	Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации	41	1	1	14		Кейс «Анализ результатов исследования рынка труда менеджером по персоналу ЗАО «Энер-пред»
7	Контроль реализации программы маркетинга персонала.	41	1	1	12		Доклад на семинаре по выбранным темам
	ИТОГО		6	8	94		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Маркетинговые концепции управления персоналом	41	4	4	4		тест по теме 1
2	Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой	41	4	4	8		Контрольная работа по теме 2.

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	организации						
3	Формирование HR-бренда.	41	4	4	8		«Описание секретов HR-бренда от А. Ширманова»
4	Формирование системы управления маркетингом персонала в организации	41	4	4	8		Практическое задание №2 по теме 4
5	Процедура реализации маркетинга персонала	41	4	4	8		Практическое задание №3 по теме 5 «Анализ HR-блогов»
6	Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации	41	4	4	8		Кейс «Анализ результатов исследования рынка труда менеджером по персоналу ЗАО «Энер-пред»
7	Контроль реализации программы маркетинга персонала.	41	4	4	8		Доклад на семинаре по выбранным темам
	ИТОГО		28	28	52		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Маркетинговые концепции управления персоналом	Уровни маркетинга персонала. Исторические предпосылки формирования технологий маркетинга персонала. Факторы формирования технологий маркетинга персонала
2	Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации	Сходства и различия между маркетингом товаров (услуг) и маркетингом персонала. Модель «4р» маркетинга персонал-микс и ее модификация. Маркетинговое управление на уровне всей организации как элемент кадровой политики организации
3	Формирование HR-бренда.	Сущность HR-бренда. Этапы формирования HR-бренда. Составляющие имиджа работодателя. Анализ имиджа работодателя, способы поддержания позитивного имиджа.
4	Формирование системы управления маркетингом персонала в организации	Этапы реализации программы маркетинга персонала. Информационная и коммуникационная функция маркетинга персонала. Процесс позиционирования в маркетинге персонала.
5	Процедура реализации маркетинга	Определение потребности в персонале. Требования к привлекательности рабочего места. Исследование поведения персонала. Сегментирование рынка труда. Анализ конкурентов

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	персонала	и активных партнеров.
6	Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации	Сущность и основные этапы обеспечения организации персоналом. Методы расчета необходимой численности персонала организации.
7	Контроль реализации программы маркетинга персонала.	Виды, элементы и формы контроля. Характеристика основных подходов к контролю маркетинга персонала. Принципы и дисфункции контроля.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Маркетинговые концепции управления персоналом. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций. Исторические предпосылки формирования технологий маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала. Достоинства и недостатки стратегического и оперативного маркетинга персонала. Выбор стратегии внутреннего и внешнего маркетинга персонала.
2	Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации.
3	Формирование HR-бренда. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.
4	Формирование системы управления маркетингом персонала в организации. Поэтапная разработка программы реализации маркетинга персонала в организации. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.
5	Процедура реализации маркетинга персонала. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.
6	Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации. Проводится в форме деловой игры – моделирование ситуаций
7	Контроль реализации программы маркетинга персонала. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Маркетинговые концепции управления персоналом	ПК-2	З.Знать: основные задачи и направления маркетинга персонала	тест по теме 1	Каждый правильный ответ на вопрос теста оценивается в 1 балл. Максимальная оценка – 10 баллов (10)
2	2. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации	ПК-2	З.Знать: основные задачи и направления маркетинга персонала	Контрольная работа по теме 2.	Контрольная работа состоит из 5-и заданий. Каждое полностью выполненное задание оценивается в 2 балла. Максимальная оценка – 10 баллов (10)
3	3. Формирование HR-бренда.	ПК-2	З.Знать: основные задачи и направления маркетинга персонала У.Уметь: выделять элементы системы маркетинга персонала для их анализа в практике управления персоналом	«Описание секретов HR-бренда от А. Ширманова»	Максимальная оценка – 25 баллов Критерии оценивания: соответствие выделенных студентом особенностей (секретов) HR-бренда секретам А. Ширманова – 5 баллов, использование примеров для иллюстрации особенностей (секретов) – 5 баллов, научный язык изложения – 5 баллов, своевременность выполнения – 5 балла, качество работы – 5 баллов. (25)
4	4. Формирование системы	ПК-2	З.Знать: основные задачи и направления	Практическое задание №2 по теме 4	Критерии оценивания:

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
	управления маркетингом персонала в организации		маркетинга персонала Н.Владеть: навыками осуществления основных технологий маркетинга персонала		соответствие заданным требованиям – 5 баллов, качество оценочного листа – 8 баллов, своевременность выполнения – 2 балла, качество презентации – 5 баллов (в том числе уровень ответов на вопросы). Максимальная оценка – 20 баллов (20)
5	5. Процедура реализации маркетинга персонала	ПК-2	З.Знать: основные задачи и направления маркетинга персонала Н.Владеть: навыками осуществления основных технологий маркетинга персонала	Практическое задание №3 по теме 5 «Анализ HR-блогов»	Критерии оценивания: соответствие решения сформулированным в кейсе вопросам – 5 баллов, оригинальность подхода – 5 баллов, глубина проработки проблемы (обоснованность решения, наличие альтернативных вариантов, комплексность решения) – 5 баллов. Максимальная оценка – 15 баллов (15)
6	6. Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации	ПК-2	З.Знать: основные задачи и направления маркетинга персонала У.Уметь: выделять элементы системы маркетинга персонала для их анализа в практике управления	Кейс «Анализ результатов исследования рынка труда менеджером по персоналу ЗАО «Энер-пред»	Критерии оценивания: соответствие решения сформулированным в кейсе вопросам – 2,5 баллов, оригинальность подхода – 2,5

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			персоналом		баллов, глубина проработки проблемы (обоснованность решения, наличие альтернативных вариантов, комплексность решения) – 5 баллов. Максимальная оценка – 10 баллов (10)
7	7. Контроль реализации программы маркетинга персонала.	ПК-2	З.Знать: основные задачи и направления маркетинга персонала	Доклад на семинаре по выбранным темам	Критерии оценки: качество доклада (структура, полнота, наличие иллюстративного материала, презентации) 5 баллов, качество ответов на вопросы 5 баллов. Максимальная оценки 5 баллов. (10)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 41.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: полнота, глубина, наличие структуры.

Компетенция: ПК-2 знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике

Знание: Знать: основные задачи и направления маркетинга персонала

1. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом.

2. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.
3. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.
4. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
5. Анализ спроса и предложения на рынке труда менеджеров по персоналу: актуальность профессии, миграция персонала, основные мотивации менеджеров по персоналу при смене работы.
6. Влияние внутреннего маркетинга персонала на формирование бренда.
7. Задачи и основные этапы маркетинговых исследований.
8. Задачи стратегического и оперативного маркетинга персонала
9. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
10. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов.
11. Источники кадровой информации. Анализ конкурентной среды организации.
12. Общеэкономические, демографические процессы на рынке труда.
13. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
14. Основные задачи внешнего и внутреннего маркетинга персонала, его понятийные элементы и принципы.
15. Основные факторы микросреды и внешней среды функционирования предприятия, анализируемые при реализации маркетинга персонала.
16. Оценка кадровой политики организаций конкурентов.
17. Позиционирование работодателя для соискателей.
18. Понятие сегментирования рынка труда, факторы сегментирования.
19. Реализация информационной функции маркетинга путем создания информационной базы для кадрового планирования. Разработка мероприятий по поддержке коммуникаций.
20. Роль маркетинга персонала в управлении персоналом.
21. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
22. Сущность HR-бренда
23. Сущность маркетинга персонала, основные цели и задачи.
24. Требования к специальностям и рабочим местам, подготовке и переподготовке персонала.
25. Функции маркетинга персонала
26. Этапы развития маркетинга персонала.
27. Этапы расчета показателей обеспеченности предприятия персоналом.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: полнота, глубина, наличие структуры.

Компетенция: ПК-2 знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике

Умение: Уметь: выделять элементы системы маркетинга персонала для их анализа в практике управления персоналом

Задача № 1. задание сформировать мероприятия по найму и отбору по стадиям развития HR бренда

Задача № 2. задание провести анализ сегментирования, выделение критериев сегментирования потребителей HR бренда

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: полнота, глубина, наличие структуры.

Компетенция: ПК-2 знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике

Навык: Владеть: навыками осуществления основных технологий маркетинга персонала

Задание № 1. задание описать функции маркетинга персонала

Задание № 2. задание разработать шкалу оценки для рейтинга работодателей

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)	Направление - 38.03.03 Управление персоналом Профиль - Управление персоналом Кафедра государственного управления и управления человеческими ресурсами Дисциплина - Маркетинг персонала
---	---

БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. задание сформировать мероприятия по найму и отбору по стадиям развития HR бренда (35 баллов).
3. задание разработать шкалу оценки для рейтинга работодателей (35 баллов).

Составитель _____ О.В. Ганаза

Заведующий кафедрой _____ Б.Ж. Тагаров

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Николайчук В. Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис/ В. Е. Николайчук.- СПб.: Питер, 2005.-604 с.
2. Патласов О. Ю. Маркетинг персонала/ О.Ю. Патласов.- Москва: Дашков и Ко, 2015.-384 с.
3. [Патласов О.Ю. Маркетинг персонала \[Электронный ресурс\] : учебник для бакалавров / О.Ю. Патласов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 384 с. — 978-5-394-02354-5. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/60440.html](http://www.iprbookshop.ru/60440.html)

б) дополнительная литература:

1. Чащин В. В. Маркетинг персонала и управление неопределенностью внутренней среды предприятия/ В. В. Чащин// Российское предпринимательство
2. Кибанов А. Я. Ардальон Яковлевич, Дуракова И. Б. Ирина Борисовна Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации. учеб. пособие для вузов. рек. УМО ВУЗов России в обл. менеджмента. 2-е изд., стер./ А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова.- М.: КноРус, 2012.-359 с.
3. Кибанов А. Я. Ардальон Яковлевич, Захаров Д. К. Дмитрий Кириллович, Федорова И. А. Ирина Александровна Управление персоналом: теория и практика. Оценка и отбор

персонала при найме и аттестации, высвобождение персонала. рек. УМО по образованию в обл. менеджмента. учеб.-практ. пособие для вузов/ Кибанов А. Я., Захаров Д. К., Федорова И. А.- М.: Проспект, 2013.-75 с.

4. [Инжиева Д.М. Управление персоналом \[Электронный ресурс\] : учебное пособие \(курс лекций\) / Д.М. Инжиева. — Электрон. текстовые данные. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2016. — 268 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/73272.html>](http://www.iprbookshop.ru/73272.html)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

– Сайт для HR-менеджеров, адрес доступа: <http://www.hrm.ru>. доступ неограниченный

– ЭБС BOOK.ru - электронно-библиотечная система от правообладателя, адрес доступа: <http://www.book.ru/>. доступ неограниченный

– Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <http://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области маркетинга, рынка труда и занятости населения, экономики труда, оплаты труда персонала.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,
- Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационная справочная система,
- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий