

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.ДВ.5. Прикладные исследования в управлении персоналом

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	8
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	28	8
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	52	92
Курсовая работа (час)		
Всего часов	108	108
Зачет (семестр)		
Экзамен (семестр)	41	41

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

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов системы знаний и навыков, позволяющих квалифицировано проводить маркетинговые исследования рынка труда, обрабатывать и анализировать их результаты. Для реализации цели в процессе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

1. Определение сущности и специфики маркетинговых исследований, понятия системы маркетинговой информации.
2. Уточнение специфики рынка труда, направлений маркетинговых исследований рынка труда.
3. Определение роли маркетинга в регулировании рынка труда, предпосылок развития маркетинга рынка труда.
4. Ознакомление с опытом исследований должностей в области управления персоналом.
5. Участие в мониторинговом исследовании должностей в области управления персоналом, обработке и презентации результатов.
6. Ознакомление с методическими подходами к маркетинговым исследованиям уровней заработной платы.
7. Освоение методики проведения маркетингового исследования, в том числе разработки программы исследования и выборочной совокупности.
8. Ознакомление с основными методами сбора первичной маркетинговой информации.
9. Разработка инструментария для проведения опроса.
10. Ознакомление с техникой проведения контент-анализа.
11. Ознакомление с техникой проведения фокус-группового исследования.

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
ОПК-5	способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации
ПК-4	знание основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-5 способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации	З. Знать: методы исследований в контексте процесса управления персоналом, знать этапы исследования, методы анализа информации У. Уметь: обосновывать выбор методов сбора информации в контексте целей и задач своей организации Н. Владеть: навыками анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации
ПК-4 знание основ социализации, профориентации	З. Знать: основы социализации, профориентации и профессионализации персонала, трудовой адаптации

и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике	персонала У. Уметь: выбирать показатели и методы оценки процессов социализации, профессионализации, трудовой адаптации персонала с целью их анализа в практике управления персоналом организации Н. Владеть: навыками оценки процессов социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала
---	---

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Дисциплина по выбору.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Социология", "Управление персоналом организации"

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	8
Практические (сем, лаб.) занятия	28	8
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	52	92
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 исследования: сущность и значение в системе маркетинга	41	1	1	8		Тест «Маркетинговые исследования»
2	Направления исследования рынка труда	41	1	1	12		Контрольная работа по теме 2
3	Маркетинг рынка	41	1	1	12		Кейс «Анализ

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	труда: сущность и основные направления изучения						внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала ОАО «Каравай»
4	Методы анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом	41	1	1	12		Контрольная работа по теме 4
5	Выборочный метод в маркетинге	41	1	1	12		Разработка программы и проведение исследования «Мониторинг конкурентоспособности выпускников направления обучения «Управление персоналом»
6	Потребность организации в обучении и развитии персонала	41	1	1	12		Разработка программы и проведение исследования «Анализ рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом»
7	Опрос как метод сбора эмпирической информации в маркетинге	41	1	1	12		Контрольная работа по теме 7
8	Конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала	41	1	1	12		Кейс по теме 8 «Мониторинг конкурентоспособности стратегии ЗАО «Энерпред» в области подбора и привлечения персонала»
	ИТОГО		8	8	92		

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 исследования:	41	4	4	7		Тест «Маркетинговые исследования»

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лабора- т. Практич.	Само- стоят. раб.	В интера- ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	сущность и значение в системе маркетинга						
2	Направления исследования рынка труда	41	4	4	7		Контрольная работа по теме 2
3	Маркетинг рынка труда: сущность и основные направления изучения	41	4	4	7		Кейс «Анализ внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала ОАО «Каравай»
4	Методы анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом	41	4	4	7		Контрольная работа по теме 4
5	Выборочный метод в маркетинге	41	4	4	7		Разработка программы и проведение исследования «Мониторинг конкурентоспособности выпускников направления обучения «Управление персоналом»
6	Потребность организации в обучении и развитии персонала	41	4	4	7		Разработка программы и проведение исследования «Анализ рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом»
7	Опрос как метод сбора эмпирической информации в маркетинге	41	2	2	4		Контрольная работа по теме 7
8	Конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала	41	2	2	6		Кейс по теме 8 «Мониторинг конкурентоспособности стратегии ЗАО «Энерпред» в области подбора и привлечения персонала»
	ИТОГО		28	28	52		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Маркетинговые исследования: сущность и значение в системе маркетинга	Система маркетинговой информации и ее место в концепции маркетинга. Маркетинговые исследования, их виды и основные направления. Структура маркетингового исследования. Проблемы маркетинговых исследований в России.
2	Направления исследования рынка труда	Изучение потребителей. Исследование товара. Исследование рынков. Комплексные методы исследования рынка в отечественной практике маркетинга
3	Маркетинг рынка труда: сущность и основные направления изучения	Сущность и специфика маркетинга рынка труда. Субъекты и уровни маркетинга рынка труда. Направления маркетинговых исследований рынка труда. Внутренние и внешние факторы, влияющие на эффективность деятельности персонала организации. Мониторинг конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала
4	Методы анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом	Рынок образовательных услуг. Рынок консалтинговых услуг. Проблема достоверности фактов. Мотивы искажения информации. Обеспечение достоверности (верификация) эмпирических фактов. Методы верификации.
5	Выборочный метод в маркетинге	Сущность и основные понятия выборочного метода. Репрезентативность выборки и определение объема выборки. Виды вероятностного отбора. Территориальная выборка. Виды эмпирических выборок. Сравнительная характеристика вероятностной и квотной выборок. Панельный метод.
6	Потребность организации в обучении и развитии персонала	Методы сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала.
7	Опрос как метод сбора эмпирической информации в маркетинге	Сущность метода опроса, его достоинства, недостатки и сфера применения. Виды опроса. Фазы опроса и критерии качества данных. Понятие измерения. Виды шкал. Виды вопросов и требования к ним. Количественные методы опроса: анкетирование и интервью. Качественные методы опроса.
8	Конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала	Мониторинг конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Маркетинговые исследования: сущность и значение в системе маркетинга. Изучение основных принципов маркетингового исследования.
2	Направления исследования рынка труда. Маркетинговые направления исследования рынка. Комплексные методы исследования рынка в

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	отечественной практике маркетинга. Анализ практических ситуаций, изучающих поведение потребителей, соискателей на рынке труда. Ознакомление с опытом исследований должностей в области управления персоналом. Участие в мониторинговом исследовании должностей в области управления персоналом, обработке и презентации результатов.
3	Маркетинг рынка труда: сущность и основные направления изучения. Решение проблемных ситуаций с использованием данных конкретных предприятий. Ознакомление с опытом исследований должностей в области управления персоналом. Участие в мониторинговом исследовании должностей в области управления персоналом, обработке и презентации результатов.
4	Методы анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом. Анализ консалтингового рынка и рынка образовательных услуг. Верификация эмпирических факторов социологических и маркетинговых исследований. Решение проблемных ситуаций с использованием данных исследований маркетинговых и социологических.
5	Выборочный метод в маркетинге. Основные понятия выборочного метода. Репрезентативность выборки и определение объема выборки. Ознакомление с опытом исследований должностей в области управления персоналом. Участие в мониторинговом исследовании должностей в области управления персоналом, обработке и презентации результатов.
6	Потребность организации в обучении и развитии персонала. Подготовка (разработка программы исследования), и проведение исследования рынка образовательных, консалтинговых услуг в области управления персоналом.
7	Опрос как метод сбора эмпирической информации в маркетинге. Формирование анкеты и проведение исследования рынка образовательных, консалтинговых услуг в области управления персоналом.
8	Конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала. Мониторинг конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала различных предприятий. Решение кейсов.

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 исследования: сущность и	ОПК-5	З.Знать: методы исследований в контексте процесса управления	Тест «Маркетинговые исследования»	Каждый правильный ответ на вопрос теста

№ 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)
	значение в системе маркетинга		персоналом, знать этапы исследования, методы анализа информации		оценивается в 1 балл. Максимальная оценка – 10 баллов (10)
2	2. Направления исследования рынка труда	ПК-4	З.Знать: основы социализации, профориентации и профессионализации персонала, трудовой адаптации 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. Маркетинг рынка труда: сущность и основные направления изучения	ПК-4	З.Знать: основы социализации, профориентации и профессионализации персонала, трудовой адаптации персонала У.Уметь: выбирать показатели и методы оценки процессов социализации, профориентации, трудовой адаптации персонала с целью их анализа в практике управления персоналом организации Н.Владеть: навыками оценки процессов социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала	Кейс «Анализ внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала ОАО «Каравай»	Критерии оценивания: соответствие решения сформулированным в кейсе вопросам – 2,5 баллов, оригинальность подхода – 2,5 баллов, глубина проработки проблемы (обоснованность решения, наличие альтернативных вариантов, комплексность решения) – 5 баллов. Максимальная оценка – 10 баллов (10)
4	4. Методы анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области	ПК-4	З.Знать: основы социализации, профориентации и профессионализации персонала, трудовой адаптации персонала	Контрольная работа по теме 4	Контрольная работа состоит из 5-и заданий. Каждое полностью выполненное

№ 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 персоналом				задание оценивается в 1 балл. Максимальная оценка – 5 баллов (5)
5	5. Выборочный метод в маркетинге	ОПК-5	<p>З.Знать: методы исследований в контексте процесса управления персоналом, знать этапы исследования, методы анализа информации</p> <p>У.Уметь: обосновывать выбор методов сбора информации в контексте целей и задач своей организации</p> <p>Н.Владеть: навыками анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации</p>	Разработка программы и проведение исследования «Мониторинг конкурентоспособности и выпускников направления обучения «Управление персоналом»	Максимальный балл за данную работу 25. Участие в разработке программы исследования – 10 баллов, проведение опроса – 10 баллов, анализ данных подготовка доклада - 4 балла, выступление – 1 балл. (25)
6	6. Потребность организации в обучении и развитии персонала	ПК-4	<p>З.Знать: основы социализации, профориентации и профессионализации персонала, трудовой адаптации персонала</p> <p>У.Уметь: выбирать показатели и методы оценки процессов социализации, профессионализации, трудовой адаптации персонала с целью их анализа в практике управления персоналом организации</p> <p>Н.Владеть: навыками оценки процессов социализации, профориентации и</p>	Разработка программы и проведение исследования «Анализ рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом»	Максимальный балл за данную работу 25. Участие в разработке программы исследования – 10 баллов, проведение опроса – 10 баллов, анализ данных подготовка доклада - 4 балла, выступление – 1 балл. (25)

№ 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)
			профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала		
7	7. Опрос как метод сбора эмпирической информации в маркетинге	ПК-4	З.Знать: основы социализации, профориентации и профессионализации персонала, трудовой адаптации персонала	Контрольная работа по теме 7	Контрольная работа состоит из 5-и заданий. Каждое полностью выполненное задание оценивается в 1 балл. Максимальная оценка – 5 баллов (5)
8	8. Конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала	ОПК-5	З.Знать: методы исследований в контексте процесса управления персоналом, знать этапы исследования, методы анализа информации У.Уметь: обосновывать выбор методов сбора информации в контексте целей и задач своей организации Н.Владеть: навыками анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации	Кейс по теме 8 «Мониторинг конкурентоспособности и стратегии ЗАО «Энерпред» в области подбора и привлечения персонала»	Максимальное количество баллов 10. Критерии оценивания: аргументированность – до 2,5 баллов, точность определения, владение понятийным аппаратом – до 2,5 баллов, самостоятельная формулировка – до 2,5 баллов, степень осознанности, понимания изученного – до 2,5 баллов. (10)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 41.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

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

Компетенция: ОПК-5 способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации

Знание: Знать: методы исследований в контексте процесса управления персоналом, знать этапы исследования, методы анализа информации

1. Виды вероятностного отбора.
2. Виды вопросов и требования к ним.
3. Виды эмпирических выборок.
4. Выборочный метод.
5. Измерение. Виды шкал.
6. Инструментарий наблюдения.
7. Исследование товара.
8. Количественные и качественные методы опроса.
9. Маркетинговые исследования, их виды и основные направления. Структура маркетингового исследования.
10. Метод наблюдения.
11. Методы анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом
12. Мотивы искажения информации.
13. Направления маркетинговых исследований рынка труда.
14. Обеспечение достоверности (верификация) эмпирических фактов. Методы верификации.
15. Особенности изучения рынка труда служащих по конкретной должности.
16. Панельный метод.
17. Поведение соискателей на рынке труда.
18. Потребность организации в обучении и развитии персонала
19. Проблема достоверности фактов в маркетинговых и социологических исследованиях.
20. Репрезентативность выборки и определение объема выборки.
21. Рынок консалтинговых услуг.
22. Рынок образовательных услуг.
23. Система маркетинговой информации и ее место в концепции маркетинга.
24. Сравнительная характеристика вероятностной и квотной выборок.
25. Сущность и специфика маркетинга рынка труда.

Компетенция: ПК-4 знание основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике

Знание: Знать: основы социализации, профориентации и профессионализации персонала, трудовой адаптации персонала

26. Информационная асимметрия на рынке труда. Исследования уровней заработной платы.
27. Исследование рынков.
28. Конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала
29. Критерии качеств данных.
30. Метод опроса: сущность, виды, фазы опроса.
31. Особенности изучение потребителей в маркетинге.
32. Особенности изучения рынка труда рабочих по конкретной специальности.
33. Территориальная выборка.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

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

Компетенция: ОПК-5 способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации

Умение: Уметь: обосновывать выбор методов сбора информации в контексте целей и задач своей организации

Задача № 1. Задание разработать гайд фокус-группы

Задача № 2. Задание сформировать выборку простым случайным отбором

Компетенция: ПК-4 знание основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике

Умение: Уметь: выбирать показатели и методы оценки процессов социализации, профессионализации, трудовой адаптации персонала с целью их анализа в практике управления персоналом организации

Задача № 3. Задание определить выборочную совокупность, используя таблицу случайных чисел

Задача № 4. Задание сформировать квтоную выборку

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

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

Компетенция: ОПК-5 способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации

Навык: Владеть: навыками анализа результатов исследований в контексте целей и задач своей организации

Задание № 1. задание найти отличия выборочной совокупности от генеральной

Задание № 2. задание оценить характеристики эксперимента

Компетенция: ПК-4 знание основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике

Навык: Владеть: навыками оценки процессов социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала

Задание № 3. задание определить переменные эксперимента

Задание № 4. задание сформировать выборку систематическим отбором

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 - Прикладные исследования

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Задание определить выборочную совокупность, используя таблицу случайных чисел (35 баллов).
3. задание определить переменные эксперимента (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. Галицкий Е. Б. Ефим Борисович, Галицкая Е. Г. Елена Геннадьевна Маркетинговые исследования. допущено М-вом образования и науки РФ. учебник для магистров/ Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая.- М.: Юрайт, 2012.-540 с.
2. Каменева Н. Г., Поляков В. А. Маркетинговые исследования. учеб. пособие для вузов. допущено УМО вузов России по образованию в обл. менеджмента. Изд. 2-е, доп./ Н. Г. Каменева, В. А. Поляков.- М.: ИНФРА-М, 2013.-366 с.
3. Ганаза О. В., Озерникова Т. Г. Учебно-методический комплекс по дисциплине "Маркетинговые исследования рынка труда". программа и методические указания по изучению курса. (очное и заочное обучение, обучение в сокращенные сроки). специальность 080104 Экономика труда/ Т. Г. Озерникова, О. В. Ганаза.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009.-36 с.
4. [Ермолаева С.Г. Рынок труда \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / С.Г. Ермолаева. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015. — 108 с. — 978-5-7996-1393-8. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/68292.html](http://www.iprbookshop.ru/68292.html)

б) дополнительная литература:

1. Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинговые исследования/ С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик.- СПб.: Питер, 2004.-298 с.
2. Каменева Н. Г., Поляков В. А. Маркетинговые исследования. учеб. пособие для вузов. допущено Советом УМО вузов/ Н. Г. Каменева, В. А. Поляков.- М.: ИНФРА-М, 2011.-438 с.
3. [Коротков А.В. Маркетинговые исследования \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / А.В. Коротков. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 304 с. — 5-238-00810-4. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10519.html](http://www.iprbookshop.ru/10519.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
- Электронная версия журнала «Человек и труд», адрес доступа: <http://www.chelt.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 социологии, управлении персоналом организации.

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,
- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,
- КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство,
- Гарант платформа F1 7.08.0.163 - 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