

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Горбунев Алексей Александрович

Должность: Заместитель начальника университета по учебной работе

Дата подписания: 27.08.2024 15:56:48

Уникальный программный ключ:

286e49ee1471d400cc1f45539d51ed7bbf0e9cc7

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

Бакалавриат по направлению подготовки

38.03.03 Управление персоналом

направленность (профиль) «Управление персоналом организации»

Санкт-Петербург

1. Цели и задачи дисциплины

Цели освоения дисциплины:

- овладение обучающимися необходимым объемом знаний с учетом новых требований времени по формированию кадровой стратегии на основе научно обоснованного маркетинга персонала, учитывающего тенденции современного развития организаций.

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

Компетенции	Содержание
ПК-2	Способен осуществлять кадровое планирование и контроллинг, маркетинг персонала, разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала и применять их на практике

Задачи дисциплины:

- формирование системы управления маркетингом персонала в организации;
- знание требований к персоналу и запросы к работодателю;
- роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации;
- значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда;
- информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
Тип задачи профессиональной деятельности: организационно-управленческая	
ПК-2.1. Знать: основы кадрового планирования и маркетинга персонала, способы контроллинга	Знает основы кадрового планирования и маркетинга персонала, способы контроллинга
ПК-2.2. Уметь: планировать, разрабатывать и реализовывать стратегию привлечения персонала в организацию	Умеет планировать, разрабатывать и реализовывать стратегию привлечения персонала в организацию
ПК-2.3. Владеть: навыками привлечения кандидатов из внешней среды на основе маркетинга персонала, анализа кадровой политики	Владеет навыками привлечения кандидатов из внешней среды на основе маркетинга персонала, анализа кадровой политики организации и осуществлять кадровый контроллинг

организации и осуществлять кадровый контроллинг	
---	--

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, профиль управление персоналом организации.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы 144 часа.

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ, по семестрам и формам обучения

для очной формы обучения

Вид работы	Трудоемкость		
	з.е.	час.	по семестрам
			4
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144	144
Контактная работа		54	54
Аудиторные занятия		52	52
Лекции (Л)		18	18
Практические занятия (ПЗ)		34	34
Консультация перед экзаменом		2	2
Самостоятельная работа (СР)		54	54
Экзамен		36	36

4.2. Тематический план, структурированный по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов работ

для очной формы обучения

№	Наименование тем	Всего часов	Количество часов по видам занятий		Консультация	Контроль	Самостоятельная Работа
			Лекции	Практические занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Введение в управление персоналом	12	2	4			6
2	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды.	12	2	4			6
3	Функции маркетинга персонала.	12	2	4			6
4	Технология маркетинга персонала	12	2	4			6
5	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга персонала.	12	2	4			6
6	Кадровый аудит как инструмент маркетинга персонала.	12	2	4			6
7	Обучение и развитие персонала организации	12	2	4			6
8	Эффективность управления персоналом	22	4	6			12
	Консультация перед экзаменом	2			2		
	Экзамен	36				36	
	Итого по дисциплине	144	18	34	2	36	54

4.3 Содержание дисциплины для обучающихся: очной формы обучения

Тема 1. Введение в управление персоналом

Лекция. Принципы системного подхода к теории и практике управления персоналом. Уровни организации управления персоналом. Микроуровень: психофизиология, психология и эргономика. Мезоуровень: социальная психология, социология, деловое администрирование, правоведение. Макроуровень: интегративные дисциплины, статистика, страноведение.

Практическое занятие. Введение в управление персоналом

Самостоятельная работа. Принципы системного подхода к теории и практике управления персоналом.

Рекомендуемая литература:

основная [1, 2];
дополнительная [1-2].

Тема 2. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды

Лекция. Маркетинг: подходы к определению. Маркетинг как основной принцип управления, ориентированного на рынок. Маркетинг как метод систематизированного поиска решений. Маркетинг как средство достижения конкурентных преимуществ. Маркетинговая концепция управления персоналом. Рабочее место как продукт. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала.

Практическое занятие. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом.

Самостоятельная работа. Принципы маркетинга персонала, численную адаптацию рабочей силы.

Рекомендуемая литература:

основная [1, 2];
дополнительная [1-2].

Тема 3. Функции маркетинга персонала

Лекция. Традиционный и 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. Комплексный подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции. Внутренний маркетинг – общее определение, суть понятия, ориентация на клиента, внутрифирменное маркетинговое исследование. Этапы развития внутреннего маркетинга: удовлетворенность персонала трудом (привлечение, обучение, стимулирование, удержание квалифицированного персонала); Гронрус (1981) и его разработки – ориентация на продажу и поддерживающий персонал; Внутренний маркетинг – межфункциональный объединяющий механизм организации.

Практическое занятие. Повышение лояльности сотрудников, этапы лояльности (адаптация, ложная лояльность, принадлежность к компании, приверженность) и методы воздействия на персонал на каждом из них.

Самостоятельная работа. Этапы развития внутреннего маркетинга.

Рекомендуемая литература:

основная [1, 2];
дополнительная [1-2].

Тема 4. Технология маркетинга персонала

Лекция. Определение качественной и количественной потребности в персонале. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов. Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда. Анализ и поиск активных партнеров. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.

Практическое занятие. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли, где действует данная организация.

Самостоятельная работа. Методы наиболее эффективные для обучения техническим приемам (ремонт несложной бытовой техники, электродвигателей, прием коммунальных платежей, расчет процентов по вкладам).

Рекомендуемая литература:

основная [1, 2];

дополнительная [1-2].

Тема 5. Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга персонала

Лекция. Разработка программы маркетинга персонала. Критерии и показатели эффективности маркетинга персонала в организации.

Практическое занятие. Аналитический инструментальный деятельности менеджера по персоналу. Организация исследований на рынке труда.

Самостоятельная работа. Организация исследований на рынке труда. Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга персонала.

Рекомендуемая литература:

основная [1, 2];

дополнительная [1-2].

Тема 6. Кадровый аудит как инструмент маркетинга персонала

Лекция. Персонал и кадровая политика организации (открытая/ закрытая, активная/ пассивная). Диагностика работы с персоналом. Инструментарий проведения кадрового аудита. Последовательность проведения кадрового аудита.

Практическое занятие. Практическая работа менеджера по проведению кадрового аудита: анализ трудовых показателей, анализ рабочих мест, анализ найма, анализ увольнений, анализ условий труда и безопасности, аудит кадрового потенциала организации. Аудит работы служб управления персоналом.

Самостоятельная работа. Аудит работы служб управления персоналом. Кадровый аудит как инструмент маркетинга персонала.

Рекомендуемая литература:

основная [1, 2];

дополнительная [1-2].

Тема 7. Обучение и развитие персонала организации

Лекция. Роль и место системы обучения и развития персонала в формировании корпоративной культуры компании.

Развивающая среда компании как корпоративный стандарт. Этапы развития организации и требования к персоналу на каждом их этапов.

Организационное поведение. Ключевые факторы, определяющие успешность человека в компании и способы их диагностики. Результаты современных исследований.

Практическое занятие. Уровни развития управленческого мышления. Организационное воздействие на сотрудников. Повышение лояльности персонала.

Система непрерывного обучения персонала. Цикл обучения организации

Самостоятельная работа. Организационное воздействие на сотрудников. Обучение и развитие персонала организации.

Рекомендуемая литература:

основная [1, 2];

дополнительная [1-2].

Тема 8. Эффективность управления персоналом

Лекция. Основные подходы в определении критериев эффективности управления персоналом. Основные виды и методы анализа систем управления персоналом

Методические подходы к оценке эффективности трудовой деятельности.

Практическое занятие. Оценка эффективности управления персоналом по основным подсистемам организации.

Самостоятельная работа. Изучить: организацию работы с персоналом: служба персонала, кадровые технологии, принятие кадровых решений. Международный опыт.

Рекомендуемая литература:

основная [1, 2];

дополнительная [1-2].

5. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

При реализации программы дисциплины используется лекционное и практическое занятия.

Общими целями занятий являются:

- обобщение, систематизация, углубление, закрепление теоретических знаний по конкретным темам дисциплины;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности;
- выработка при решении поставленных задач профессионально значимых качеств: самостоятельности, ответственности, точности, творческой инициативы.

Целями лекции являются:

- дать систематизированные научные знания по дисциплине, акцентировав внимание на наиболее сложных вопросах;
- стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся, способствовать формированию их творческого мышления.

В ходе практического занятия обеспечивается процесс активного взаимодействия обучающихся с преподавателем; приобретаются практические навыки и умения. Цель практического занятия: углубить и закрепить знания, полученные на лекции; формирование навыков использования знаний для решения практических задач; выполнение тестовых заданий по проверке полученных знаний и умений.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и других занятиях, выработку навыков самостоятельного активного приобретения новых, дополнительных знаний, подготовку к предстоящим занятиям.

6. Оценочные материалы по дисциплине

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины, проводится в соответствии с содержанием дисциплины по видам занятий в форме опроса.

Промежуточная аттестация обеспечивает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине, проводится в форме экзамена.

6.1. Примерные оценочные материалы:

6.1.1. Текущего контроля

Типовые вопросы для устного опроса:

1. Опишите внутренние источники привлечения кадров?
2. Что такое оперативные план работы с персоналом?
3. Раскройте цели и задачи кадрового планирования?

6.1.2. Промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов, выносимых на экзамен

1. Технический прогресс и организационные нововведения в кадровом

менеджменте.

2. Роль маркетинга персонала в удовлетворенности трудом.
3. Концепция долгосрочной кадровой политики.
4. Маркетинг персонала и административные методы руководства.
5. Взаимодействие работодателей и работников в системе маркетинга персонала.
6. Кадровое планирование в интересах персонала.
7. Цели и задачи кадрового планирования.
8. Оперативные планы работы с персоналом.
9. Роль анкетирования в кадровом планировании.
10. Назовите методы прогнозирования потребности в персонале
11. Каковы сущность и структура показателя «расходы на персонал»?
12. Какие изменения вносит рынок труда в нормативную базу для планирования показателей по труду?
13. Сущность и значение планирования производительности труда.
14. Основные последствия ускорения (замедления) роста производительности труда.
15. Какие виды норм применяются для расчета численности рабочих?
16. Какие виды норм применяются для расчета численности управленческого персонала?
17. Роль информации в маркетинге персонала.
18. Планирование потребности в персонале.
19. Задачи планирования привлечения персонала.
20. Преимущества и недостатки внутренних и внешних источников привлечения персонала.
21. Возможности избежать убыточной текучести кадров.
22. Внутренние источники привлечения кадров.
23. Внешние источники привлечения кадров.
24. Планирование высвобождения или сокращения кадров.
25. Критерии классификации видов увольнения.
26. Маркетинг персонала и работа с пожилыми сотрудниками.
27. Обучение как раздел маркетинга персонала.
28. Маркетинг персонала и деловая карьера.
29. Социальный аспект маркетинга персонала.
30. Влияние маркетинга персонала на организационную эффективность
31. Организационная приверженность и маркетинг персонала.
32. В чем взаимосвязь маркетинга персонала и стратегии организации.
33. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда организации.
34. Анализ маркетинговых концепций управления персоналом.
35. Понятийный аппарат маркетинга персонала.
36. Методология формирования системы управления маркетингом персонала организации.
37. Постановка и структуризация целей маркетинга персонала.
38. Сущность, формирование и классификация функций маркетинга

персонала.

39. Назовите принципы формирования маркетинга персонала организации

40. Раскройте методы формирования маркетинга персонала организации

41. Место маркетинга персонала в организационной структуре службы управления персоналом.

42. Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю' как предпосылка разработки стратегии маркетинга персонала.

43. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю.

44. Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп.

45. Имидж организации: его значение, составные части и измерение в маркетинге персонала.

46. Выбор и реализация стратегии маркетинга персонала.

47. Основные направления реализации функции маркетинга персонала по формированию трудового потенциала организации.

48. Применение коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда.

49. Определение затрат и формирование цены на приобретение и использование персонала.

50. Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп.

51. Внутренний маркетинг персонала

52. Внешний маркетинг персонала.

53. Что представляет собой маркетинговая концепция управления персоналом?

54. Какие функции маркетинга персонала выделяют разные авторы?

55. Что является предметом анализа при изучении внешнего и внутреннего рынка труда?

56. Какие целевые группы выделяются при сегментировании рынка труда?

57. Что такое планирование и прогнозирование потребности в персонале?

Назовите этапы планирования потребности в персонале.

58. Что включает в себя понятие «качественная потребность в персонале»?

59. Какие методы расчета количественной потребности в персонале основываются на данных трудоемкости работ?

60. В чем содержание стохастических методов расчета количественной потребности в персонале?

6.2. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Система оценивания включает:

Форма контроля	Показатели оценивания	Критерии выставления оценок	Шкала оценивания
экзамен	правильность и полнота ответа	дан правильный, полный ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; могут быть допущены недочеты, исправленные самостоятельно в процессе ответа.	отлично
		дан правильный, недостаточно полный ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи; могут быть допущены недочеты, исправленные с помощью преподавателя.	хорошо
		дан недостаточно правильный и полный ответ; логика и последовательность изложения имеют нарушения; в ответе отсутствуют выводы.	удовлетворительно
		ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу; присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения; дополнительные и уточняющие вопросы не приводят к коррекции ответа на вопрос.	неудовлетворительно

7. Ресурсное обеспечение дисциплины

7.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- Microsoft Windows 7 Professional – ПО-BE8-834 [Лицензионное] (иностранный производитель);
- Microsoft Windows 8 Professional – ПО-842-573 [Лицензионное] (иностранный производитель);
- Microsoft Office 2007 Standard – ПО-D86-664 [Лицензионное] (иностранный производитель);

- Microsoft Office Standard 2010 – ПО-413-406 [Лицензионное] (иностранного производства);
- Microsoft Office Standard 2013 – ПО-3C0-218 [Лицензионное] (иностранного производства);
- Adobe Acrobat Reader – ПО-F63-948 [Свободно распространяемое] (иностранного производства);
- 7-Zip – ПО-F33-948 [Свободно распространяемое] (иностранного производства);
- Adobe Flash Player – ПО-765-845 [Свободно распространяемое] (иностранного производства);
- Apache OpenOffice – ПО-EB7-115 [Свободно распространяемое] (иностранного производства);
- Google Chrome – ПО-F2C-926 [Свободно распространяемое] (иностранного производства);
- LibreOffice – ПО-СВВ-979 [Свободно распространяемое] (иностранного производства);
- Альт Образование 8 – ПО-534-102 [Свободно распространяемое-1912] (отечественного производства).

7.2 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Информационная справочная система – Сервер органов государственной власти Российской Федерации <http://россия.рф/> (свободный доступ); профессиональные базы данных – Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru/> (свободный доступ); федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru> (свободный доступ); система официального опубликования правовых актов в электронном виде <http://publication.pravo.gov.ru/> (свободный доступ); справочная правовая система «КонсультантПлюс: Студент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://student.consultant.ru/>, (свободный доступ); электронная библиотека университета <http://elib.igps.ru> (авторизованный доступ); электронно-библиотечная система «ЭБС IPR BOOKS» <http://www.iprbookshop.ru> (авторизованный доступ).

7.3. Литература

Основная литература:

1. Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие / Ю. А. Масалова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 196 с. — ISBN 978-5-4497-1171-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108232.html>
2. Пономарева, Т. Н. Маркетинг персонала : учебное пособие / Т. Н. Пономарева, Н. В. Дубино, М. С. Старикова. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ,

2017. — 153 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80420.html>

Дополнительная литература:

1. Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие / Ю. А. Масалова. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ», 2017. — 197 с. — ISBN 978-5-7014-0793-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87128.html>

2. Акулич, И. Л. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учеб Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html>

7.4. Материально-техническое обеспечение

Для проведения и обеспечения занятий используются помещения, которые представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: автоматизированное рабочее место преподавателя, маркерная доска, мультимедийный проектор, посадочные места обучающихся.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

Авторы: доктор экономических наук, профессор Бардулин Е.Н., кандидат экономических наук Голубятникова М.В., Бирюлев М.Ю., Стариченкова Е.М.