

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 29.03.2024 10:11:04
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Председатель КСН
 Пленкина В.В.

«31» мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: **Маркетинг персонала**
направление подготовки: **38.04.03 Управление персоналом**
направленность (профиль)/специализация: **Администрирование, консалтинг и кадровый аудит в условиях цифровизации**
форма обучения: **очная**

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 27.05.2021г. и требованиями ОПОП 38.04.03 Управление персоналом, направленность (профиль) «Администрирование, консалтинг и кадровый аудит в условиях цифровизации» к результатам освоения дисциплины «Маркетинг персонала»

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Менеджмента в отраслях ТЭК

Протокол № 8 от «31» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой МТЭК  В.В. Пленкина

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы  Л.С.Ковальжина

«31» мая 2021 г.

Рабочую программу разработал:

Т.В. Малютина, доцент кафедры МТЭК,
канд. экон. наук, доцент



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – расширить знания обучающихся по виду управленческой деятельности, направленной на определение и удовлетворению потребности предприятия в персонале, а также на формирование привлекательности работодателя среди занятых и потенциальных работников посредством выстраивания системы эффективных коммуникаций с целевыми группами и разработки отдельных направлений стратегии развития управления персоналом организации в увязке с задачами маркетинга персонала.

Задачи дисциплины:

- разработки отдельных направлений стратегии развития управления персоналом организаций и их отдельных подразделений в увязке с задачами маркетинга персонала;
- поиска, анализа и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений при выполнении процессов маркетинга персонала;
- анализа и моделирования процессов управления маркетингом персонала.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знание:

- методов управления развитием и эффективностью организации, анализа выполнения планов и программ, определения их экономической эффективности;
- методов проведения социологических исследований, изучения общественного мнения;
- методов анализа количественного и качественного состава персонала;
- современных коммуникативных технологии;

умения:

- создавать и описывать организационную структуру, цели, задачи, функции структурных подразделений и должностных лиц;
- определять и анализировать внутренние коммуникации, моделировать поведение персонала;
- работать с информационными системами и базами данных по вопросам управления персоналом;

владение:

- умением анализировать успешные корпоративные практики по организации стратегического управления персоналом организации;
- умением разработки корпоративной культуры и социальной политики, систем;
- мотивации, эффективности, оценки и развития персонала.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин: «Инновационные технологии рекрутинга и адаптации персонала», «Корпоративная и социальная ответственность», «Организация и регламентация труда» и служит основой для выполнения ВКР.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции(ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-4. Способен разрабатывать систему стратегического	ПКС-4.3 Способен разрабатывать предложения по позиционированию предприятия-	Знать: 31 – значение имиджа организации и его использование в маркетинге персонала для позиционирования на рынке труда; виды имиджа организации и факторы его формирования; измерение имиджа организации в маркетинге персонала

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции(ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
управления персоналом организации	работодателя на рынке труда	Уметь: У1 – использовать результаты оценки имиджа для позиционирования организации на рынке труда; выявлять преимуществ и недостатков в кадровой политике организации
		Владеть: В1 – навыками выбора и реализации стратегии маркетинга персонала
ПКС-5. Способен разрабатывать и реализовывать систему рекрутинга, адаптации и развития персонала	ПКС-5.4 Проводит анализ рынка труда	Знать: З2 – тенденции и динамику рынка труда, и состояние занятости в федеральном и региональном аспектах
		Уметь: У2 – анализировать состояние и тенденции развития рынка труда; оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя
		Владеть: В2 – практическими навыками сбора информации для анализа рынка труда

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
Очная	2/4	10	10	-	52	зачет

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

- очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, часа.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Формирование маркетинга персонала и его место в кадровой политике организации	2	2	-	17	21	ПКС-4.3	Тест, дискуссия, Расчетно-аналитическое задание,
2	2	Мониторинг рынка труда	4	4	-	18	26	ПКС-4.3	Тест, дискуссия, Индивидуальная презентация
3	3	Практическое использование инструментария маркетинга персонала	4	4	-	7	15	ПКС-4.3 ПКС-5.4	Расчетно-аналитическое задание, тест
4	Зачет		-	-	-	10	10	ПКС-4.3 ПКС-5.4	Вопросы к зачету
Итого:			10	10	-	52	72		

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. Формирование маркетинга персонала и его место в кадровой политике организации

Тема 1. Маркетинговые концепции управления персоналом, взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации

Понятие маркетинговых концепций управления персоналом. Состав и содержание концепций маркетинга персонала, основные подходы к их трактовке. Использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала. Сущность маркетинга персонала. Понятийный аппарат маркетинга персонала. Принципы и задачи маркетинга персонала. Сходства и различия между маркетингом товаров (услуг) и маркетингом персонала. Решение различных задач управления персоналом на основе маркетингового подхода. Виды маркетинга персонала. Задачи стратегического и тактического маркетинга персонала. Внешний и внутренний маркетинг персонала.

Взаимосвязь отдельных направлений маркетинга персонала с кадровой политикой организации. Место маркетинга персонала в организационной структуре службы управления персоналом. Сущность маркетингового подхода при выполнении различных функций системы управления персоналом.

Тема 2. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала

Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда. Виды имиджа организации и факторы его формирования. Измерение имиджа организации в маркетинге персонала. Способы оценки имиджа организации. Использование результатов оценки имиджа для позиционирования организации на рынке труда. Выявление преимуществ и недостатков в кадровой политике организации. Выбор и реализация стратегии HR-брендинга.

Раздел 2. Мониторинг рынка труда

Тема 3. Рынок труда как регулятор занятости и безработицы

Решение различных задач управления персоналом на основе маркетингового подхода. Внешняя и внутренняя маркетинговая (в области персонала) среда организации. Состав и содержание внешних, промежуточных и внутренних факторов маркетинговой среды. Субъекты рынка труда. Субъекты трудовых отношений. Классификации рынка труда. Организация мониторинга рынка труда.

Тема 4. Процедура маркетингового исследования рынка труда

Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала. Направления и содержание маркетинговых исследований. Их взаимосвязь с основными направлениями кадровой политики организации. Виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала.

Тема 5. Планирование потребности в персонале организации

Маркетинговый подход к решению задач отбора персонала в организации. Взаимосвязь качественной и количественной потребности в персонале.

Источники и пути покрытия потребности в персонале. Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале в зависимости от ситуации на рынке труда. Основные методы определения количественной потребности в персонале.

Раздел 3. Практическое использование инструментария маркетинга персонала

Тема 6. Требования к персоналу и запросы к работодателю

Этапы формирования требований к персоналу со стороны организации. Различные подходы к классификации и содержанию требований к персоналу. Принципы выделения классификационных групп требований к персоналу.

Требования (запросы) к работодателю со стороны потенциальных и действующих сотрудников организации. Способы определения состава и значимости требований (запросов) к работодателю. Основные подходы к их анализу и дальнейшему использованию.

Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю как предпосылка разработки стратегии маркетинга персонала. Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп.

Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю. Факторы сегментирования и определение целевых групп персонала

Тема 7. Формирование профессиональных компетенций

Изучение структуры профессиональных стандартов. Понятие трудовых функции. Использование профессиональных стандартов при формировании компетентностной модели в организации.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема лекции
		ОФО	
1	1	2	Маркетинговые концепции управления персоналом, взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации
2		2	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала
3	2	1	Рынок труда как регулятор занятости и безработицы
4		1	Процедура маркетингового исследования рынка труда
5		2	Планирование потребности в персонале организации
6	3	1	Требования к персоналу и запросы к работодателю
7		1	Формирование профессиональных компетенций
Итого:		10	

Лабораторные занятия

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
		ОФО	
1	1	2	Маркетинговые концепции управления персоналом, взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации
2		2	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала
3	2	1	Рынок труда как регулятор занятости и безработицы
4		1	Процедура маркетингового исследования рынка труда
5		2	Планирование потребности в персонале организации
6	3	1	Требования к персоналу и запросы к работодателю
7		1	Формирование профессиональных компетенций
Итого:		10	

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема	Вид СРС
		ОФО		
1	1	8	Маркетинговые концепции управления персоналом, взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации	Изучение теоретического материала по разделу, подготовка к практическим занятиям
2		9	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	
3	2	4	Рынок труда как регулятор занятости и безработицы	
4		4	Процедура маркетингового исследования рынка труда	
5		5	Планирование потребности в персонале организации	
6		5	Требования к персоналу и запросы к работодателю	
7	3	7	Формирование профессиональных компетенций	
8	1,2,3	10	-	Подготовка к зачету
Итого:		52		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- обсуждение полученных результатов (практические занятия)
- индивидуальная презентация (практические занятия);

6. Тематика курсовых работ

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1	Выполнение расчетно-аналитических работ №1-2	0-15
2	Индивидуальная презентация результатов кабинетного исследования	0-20
3	Тестирование по разделу 1 дисциплины	0-15
ИТОГО за первую текущую аттестацию		0-50
2 текущая аттестация		

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
4	Выполнение расчетно-аналитических работ №3-4	0-10
5	Тестирование по разделу 2 дисциплины	0-20
6	Тестирование по разделу 3 дисциплины	0-20
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	0-50
	ВСЕГО	0-100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Издательства Лань»;
2. ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
3. Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
4. Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
5. ЭБС «IPRbooks»;
6. Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
7. Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
8. Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
9. ЭБС «Прспект»;
10. ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Windows;
2. Microsoft Office Professional Plus;
3. Zoom (свободно-распространяемое ПО);
4. Skype (свободно-распространяемое ПО).

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus, Zoom	Комплект мультимедийного оборудования: проектор, экран, компьютер, акустическая система. Локальная и корпоративная сеть. Учебная мебель: столы, стулья. Компьютер в комплекте, проектор. Учебно-наглядные пособия: раздаточный материал

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

Практические занятия проводятся с целью углубленного освоения теоретического материала, выработки навыков в решении практических задач и производстве необходимых расчетов. Главным содержанием практических занятий является активная работа каждого обучающегося. В процессе изучения курса «Маркетинг персонала», а также при подготовке к текущим аттестациям обучающимся рекомендуется использовать материалы, представленные в системе EDUCON. Доступная в EDUCONE тестовая база позволяет самостоятельно пройти входное тестирование и оценить уровень имеющихся знаний, необходимых для изучения курса. Помимо этого, обучающиеся могут проходить тренировочное тестирование в течение всего

семестра и при подготовке к текущим аттестациям. Работа на практических занятиях может осуществляться как индивидуально, так и в малых группах в зависимости от тематики задания и его внутреннего содержания. В процессе подготовки к практическим занятиям обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя. Наличие конспекта лекций, в том числе в форме презентаций на практическом занятии обязательно.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа является важнейшей составной частью учебной работы и предназначена для достижения следующих целей:

- закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков;

- подготовка к предстоящим занятиям;

- формирование культуры умственного труда и самостоятельности в поиске и приобретении новых знаний. Следует отметить, что самостоятельная работа приносит результаты лишь тогда, когда она является целенаправленной, систематической и планомерной. Формами самостоятельной работы обучающихся являются изучение соответствующих учебной, периодической литературы и статистических материалов, рекомендуемых преподавателями кафедры.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

дисциплины: **Маркетинг персонала**

направление подготовки: **38.04.03 Управление персоналом**

направленность(профиль): **Администрирование, консалтинг и кадровый аудит в условиях цифровизации**

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-4	ПКС-4. Способен разрабатывать предложения по позиционированию предприятия-работодателя на рынке труда	Знать: З1 – значение имиджа организации и его использование в маркетинге персонала для позиционирования на рынке труда; виды имиджа организации и факторы его формирования; измерение имиджа организации в маркетинге персонала	Не способен назвать значение имиджа организации и его использование в маркетинге персонала для позиционирования на рынке труда. Не выделяет виды имиджа организации и факторы его формирования.	Демонстрирует знания значение имиджа организации и его использование в маркетинге персонала для позиционирования на рынке труда. Выделяет основные виды имиджа организации и факторы его формирования.	Демонстрирует достаточные знания значение имиджа организации и его использование в маркетинге персонала для позиционирования на рынке труда. Четко выделяет виды имиджа организации и факторы его формирования. Характеризует методику измерения имиджа организации в маркетинге персонала;	Демонстрирует исчерпывающие знания значение имиджа организации и его использование в маркетинге персонала для позиционирования на рынке труда. Четко выделяет виды имиджа организации и факторы его формирования. Характеризует методики измерения имиджа организации в маркетинге персонала;

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Уметь: У1 – использовать результаты оценки имиджа для позиционирования организации на рынке труда; выявлять преимущества и недостатки в кадровой политике организации	Не умеет использовать результаты оценки имиджа для позиционирования организации на рынке труда. Выявлять преимущества и недостатки в кадровой политике организации не умеет;	Демонстрирует отдельные способности использования результатов оценки имиджа для позиционирования организации на рынке труда. Выявлять преимущества и недостатки в кадровой политике организации в основном умеет;	Демонстрирует достаточные способности использования результатов оценки имиджа для позиционирования организации на рынке труда. Выявлять преимущества и недостатки в кадровой политике организации умеет;	Демонстрирует исчерпывающие способности использования результатов оценки имиджа для позиционирования организации на рынке труда. Выявляет преимущества и недостатки в кадровой политике организации;
		Владеть: В1 – навыками выбора и реализации стратегии маркетинга персонала	Не владеет навыками выбора и реализации стратегии маркетинга персонала;	Владеет навыками выбора и реализации стратегии маркетинга персонала;	Владеет в полной мере навыками выбора и реализации стратегии маркетинга персонала;	В совершенстве владеет навыками выбора и реализации стратегии маркетинга персонала;
ПКС-5	ПКС-5 Проводит анализ рынка труда	Знать: З2 – тенденции и динамику рынка труда, и состояние занятости в федеральном и региональном аспектах	Не знает тенденции и динамику рынка труда и состояние занятости в федеральном и региональном аспектах.	Демонстрирует отдельные знания особенностей, тенденции и динамики рынка труда и состояние занятости в федеральном и региональном аспектах.	Демонстрирует достаточные знания тенденции и динамики рынка труда и состояние занятости в федеральном и региональном аспектах.	Демонстрирует исчерпывающие знания тенденции и динамики рынка труда и состояние занятости в федеральном и региональном аспектах.

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Уметь: У2 – анализировать состояние и тенденции развития рынка труда; оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя	Не умеет анализировать состояние и тенденции развития рынка труда; оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя;	Демонстрирует отдельные способности анализировать состояние и тенденции развития рынка труда; оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя;	Демонстрирует достаточные способности анализировать состояние и тенденции развития рынка труда; оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя;	Демонстрирует исчерпывающие способности анализировать состояние и тенденции развития рынка труда; оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя;
		Владеть: В2 – практическими навыками сбора информации для анализа рынка труда	Не владеет навыками сбора информации для анализа рынка труда	Владеет навыками сбора информации для анализа рынка труда	Владеет в полной мере навыками сбора информации для анализа рынка труда;	В совершенстве владеет навыками сбора информации для анализа рынка труда;

КАРТА

обеспеченности дисциплины (модуля) учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина «Маркетинг персонала»

Код, направление подготовки/специальность 38.04.03 Управление персоналом

направленность (профиль)/специализация: Администрирование, консалтинг и кадровый аудит в условиях цифровизации

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 321 с. https://urait.ru/bcode/487362	ЭР	15	100	+
2	Кибанов, Ардальон Яковлевич. Управление персоналом организации : стратегия, маркетинг, интернационализация: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Менеджмент" и "Управление персоналом"/ А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. - 2013. - 301 с.	30	15	100	-
3	Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. https://urait.ru/bcode/470338	ЭР	15	100	+

ЭР – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

Руководитель образовательной программы _____ Л. С. Ковальжина
«27» мая 2021 г.

Директор БИК _____ Д. Х. Каюкова
«27» мая 2021 г.

С.М. Соловьев *М.М. Силин*

