

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гнатюк Максим Александрович
Должность: Первый проректор
Дата подписания: 11.07.2022 09:51:21
Уникальный программный ключ:
8873f497f100e798ae8c92c0d38e105c818d5410

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ

Маркетинг персонала

рабочая программа дисциплины (модуля)

Направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом
Направленность (профиль) Управление человеческими ресурсами

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Виды контроля на курсах:
зачеты 3

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Конт. ч. на аттест.	0,4	0,4	0,4	0,4
Конт. ч. на аттест. в период ЭС	0,25	0,25	0,25	0,25
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8,65	8,65	8,65	8,65
Сам. работа	59,6	59,6	59,6	59,6
Часы на контроль	3,75	3,75	3,75	3,75
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

к.ф.н., доцент, Метлин С. В.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг персонала

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 14.12.2015 г. № 1461)

составлена на основании учебного плана: 38.03.03-20-5-УПб изм.plz.plx

Направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом Направленность (профиль) Управление человеческими ресурсами

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Управление персоналом

Зав. кафедрой к.ф.н., доцент Маслов В.П.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель курса: подготовить специалиста – менеджера по персоналу, ориентирующегося в ситуации на рынке труда и умеющего использовать технологию маркетинга персонала в условиях конкретных организаций
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.Б.27
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-5: способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации	
Знать:	
основные методы исследования и подходы экономики к регулированию рыночных отношений; основные понятия и концепции современной экономической теории; основные направления исследований экономической теории в контексте целей и задач своей организации; базовые принципы и основные особенности методологии экономического анализа в контексте целей и задач своей организации.	
Уметь:	
собрать исходные данные, необходимые для характеристики своей организации и проанализировать особенности экономических взаимодействий хозяйствующих субъектов; самостоятельно проводить исследование, осуществлять анализ и представлять рекомендации по оптимизации отдельных сторон экономических взаимодействий участников рыночных отношений в контексте целей и задач своей организации; применять полученные экономические знания при анализе результатов исследований в контексте целей и задач своей организации как на уровне отдельных фирм, так и общества в целом.	
Владеть:	
категориальным аппаратом современной экономической теории и ее базовым инструментарием, включая уровень отдельной организации; приёмами и методами анализа отдельных сторон экономических взаимодействий участников рыночных отношений, снижению для них уровней неопределенности; методикой представления рекомендаций по тем или иным вопросам в области экономики; оказания помощи в решении экономических проблем, включая вопросы оптимизации деятельности организации.	
ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	
Знать:	
основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала основы кадрового планирования и контроллинга стратегии привлечения персонала	
Уметь:	
применять на практике основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала применять на практике основы кадрового планирования и контроллинга ориентироваться в российской и зарубежной специфике кадрового планирования, контроллинга и маркетинга персонала в системе управления персоналом	
Владеть:	
технологиями привлечения персонала навыками применения на практике основ кадрового планирования и контроллинга навыками применения на практике основ маркетинга персонала	
ПК-3: знанием основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике	
Знать:	
основы аудита и оценки персонала, основы найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала как составляющие процесса управления персоналом организации роль маркетинга персонала в процессе разработки и внедрения требований к должностям, основные критерии подбора и расстановки персонала методы управления профессиональными рисками при реализации процедур подбора и отбора персонала	
Уметь:	
ориентироваться в практике реализации программ и процедур подбора и отбора персонала.	

анализировать критерии подбора и расстановки персонала с целью минимизации профессиональных рисков учитывать знание основ маркетинга персонала при разработке и внедрении требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала
Владеть:
способностью внедрять программы и процедуры подбора и отбора персонала, методами деловой оценки персонала при найме методиками подбора и расстановки персонала с учетом профессиональных рисков способностью включать технологии подбора и отбора персонала в систему управления персоналом, методами деловой оценки персонала при найме
07.003. Профессиональный стандарт "СПЕЦИАЛИСТ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ", утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 6 октября 2015 г. N 691н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 октября 2015 г., регистрационный N 39362)
ПК-3. В. Деятельность по обеспечению персоналом В/02.6 Поиск, привлечение, подбор и отбор персонала

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:
3.1.1 основные методы исследования и подходы экономики к регулированию рыночных отношений; основные понятия и концепции современной экономической теории;
3.1.2 основные направления исследований экономической теории в контексте целей и задач своей организации;
3.1.3 базовые принципы и основные особенности методологии экономического анализа в контексте целей и задач своей организации.
3.1.4
3.1.5 основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала
3.1.6 основы кадрового планирования и контроллинга
3.1.7 стратегии привлечения персонала
3.1.8 основы аудита и оценки персонала, основы найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала как составляющие процесса управления персоналом организации
3.1.9 роль маркетинга персонала в процессе разработки и внедрения требований к должностям, основные критерии подбора и расстановки персонала
3.1.10 методы управления профессиональными рисками при реализации процедур подбора и отбора персонала
3.2 Уметь:
3.2.1 собрать исходные данные, необходимые для характеристики своей организации и проанализировать особенности экономических взаимодействий хозяйствующих субъектов;
3.2.2 самостоятельно проводить исследование, осуществлять анализ и представлять рекомендации по оптимизации отдельных сторон экономических взаимодействий участников рыночных отношений в контексте целей и задач своей организации;
3.2.3 применять полученные экономические знания при анализе результатов исследований в контексте целей и задач своей организации как на уровне отдельных фирм, так и общества в целом.
3.2.4 применять на практике основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала
3.2.5 применять на практике основы кадрового планирования и контроллинга
3.2.6 ориентироваться в российской и зарубежной специфике кадрового планирования, контроллинга и маркетинга персонала в системе управления персоналом
3.2.7 ориентироваться в практике реализации программ и процедур подбора и отбора персонала.
3.2.8 анализировать критерии подбора и расстановки персонала с целью минимизации профессиональных рисков
3.2.9 учитывать знание основ маркетинга персонала при разработке и внедрении требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала
3.3 Владеть:
3.3.1 категориальным аппаратом современной экономической теории и ее базовым инструментарием, включая уровень отдельной организации;
3.3.2 приёмами и методами анализа отдельных сторон экономических взаимодействий участников рыночных отношений, снижению для них уровней неопределенности;
3.3.3 методикой представления рекомендаций по тем или иным вопросам в области экономики; оказания помощи в решении экономических проблем, включая вопросы оптимизации деятельности организации.
3.3.4 технологиями привлечения персонала
3.3.5 навыками применения на практике основ кадрового планирования и контроллинга
3.3.6 навыками применения на практике основ маркетинга персонала

3.3.7	способностью внедрять программы и процедуры подбора и отбора персонала, методами деловой оценки персонала при найме			
3.3.8	методиками подбора и расстановки персонала с учетом профессиональных рисков			
3.3.9	способностью включать технологии подбора и отбора персонала в систему управления персоналом, методами деловой оценки персонала при найме			
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
	Раздел 1. Введение в маркетинг			
1.1	Маркетинг: история развития, сущность и понятия /Лек/	3	2	
1.2	История развития маркетинга. Понятие, сущность, цели и задачи маркетинга. Операционный маркетинг. Маркетинг-микс /Пр/	3	2	Дискуссия
1.3	Маркетинговая среда предприятия /Лек/	3	2	
1.4	Внутренняя среда предприятия. Внешняя среда предприятия. Контролируемые и неконтролируемые факторы, воздействующие на деятельность предприятия. /Пр/	3	2	Дискуссия
	Раздел 2. Маркетинг персонала			
2.1	Маркетинг персонала и его развитие /Ср/	3	2	
2.2	Сущность и понятие маркетинг персонала. Цель и задачи дисциплины маркетинг персонала. Сегментация рынка труда /Ср/	3	3	Дискуссия
2.3	Источники и проблемы найма персонала /Ср/	3	2	
2.4	Понятия "набор" и "найм персонала". Источники найма персонала. Внутренняя клиентоориентированность. Этап найма и ассимилирования. Хедхантинг /Ср/	3	2	
2.5	Деловая оценка и отбор персонала /Ср/	3	2	
2.6	Оценка уровня профессионализма ценных специалистов и топ-менеджеров. Проблемы в области поиска и отбора персонала Оценка и развитие управленческих навыков. Система адаптации персонала. Составление программы адаптации. /Ср/	3	2	Дискуссия
2.7	Процедура отбора персонала /Ср/	3	2	
2.8	Этапы и методы отбора персонала. Предварительная отборочная беседа. Интервью (беседа по найму). Тестирование, ролевые игры, профессиональное испытание /Ср/	3	2	Дискуссия
2.9	Подбор и обучение персонала /Ср/	3	2	
2.10	Подбор сотрудников. Понятие развития персонала. Принципы и цели развития персонала. Планирование обучения персонала и составление программы обучения Плановое обучение сотрудников, повышение квалификации. Типы корпоративных учебных центров /Ср/	3	2	
2.11	Практическое применение технологий маркетинга в управлении персоналом /Ср/	3	2	
2.12	Аутсорсинг персонала. Лизинг персонала. Аутстаффинг персонала Фриланс или временная работа. Кадровое планирование. Кадровый резерв предприятия. Планирование штата персонала /Ср/	3	2	Дискуссия
2.13	Аттестация персонала /Ср/	3	2	
2.14	Введение. Необходимость проведения аттестации. Организация аттестации персонала Этапы и методы аттестации. Регламентирование нормативно-правовыми документами аттестации персонала /Ср/	3	2	
	Раздел 3. Самостоятельная работа			
3.1	Подготовка к лекциям /Ср/	3	2	
3.2	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	3	9	
3.3	Подготовка к зачету /Ср/	3	19,6	
	Раздел 4. Контактная работа			
4.1	Зачет /КЭ/	3	0,25	
5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ				

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в приложении к рабочей программе дисциплины.

Формы и виды текущего контроля по дисциплине (модулю), виды заданий, критерии их оценивания, распределение баллов по видам текущего контроля разрабатываются преподавателем дисциплины с учетом ее специфики и доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем дисциплины (модуля), как правило, с использованием ЭИОС или путем проверки письменных работ, предусмотренных рабочими программами дисциплин в рамках контактной работы и самостоятельной работы обучающихся. Для фиксирования результатов текущего контроля может использоваться ЭИОС.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Кибанов А.Я., Дуракова И.Б.	Управление персоналом организации. Актуальные технологии найма, адаптации и аттестации.	Москва: КноРус, 2019	http://www.book.ru/book/931301
Л1.2	Федорова Н.В., Минченкова О.Ю.	Управление персоналом.	Москва: КноРус, 2020	http://www.book.ru/book/932711
Л1.3	Семенова В. В., Кошель И. С., Мазур В. В.	Управление персоналом. Инновационные технологии управления (ожидания, достоинства, иллюзии): учебное пособие	Москва: Русайнс, 2019	https://book.ru/book/932268

6.2 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

6.2.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

6.2.1.1 Microsoft Office

6.2.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.2.2.1 Справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия). URL: <http://www.garant.ru/iv/>

6.2.2.2 МУЛЬТИСТАТ – многофункциональный статистический портал http://www.multistat.ru/?menu_id=1 База данных «Библиотека управления» - Корпоративный Менеджмент - <https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование для предоставления учебной информации большой аудитории и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное).
7.2	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное)
7.3	Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.
7.4	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования