

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 38.03.03 «Управление персоналом»
Профиль «Управление персоналом организации»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

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

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку профессиональных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

Вид деятельности, на которую ориентирована компетенция: организационно-управленческая и экономическая деятельность.

1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

знать

- основные концепции и принципы маркетинга персонала;
- этапы маркетинговых исследований;
- элементы рынка труда и механизмы его функционирования;
- особенности кадровой, ценовой и коммуникационной политики в маркетинге персонала;
- основы разработки кадровой политики;
- основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом;
- технологии управления развитием персонала (управление социальным развитием; организации обучения персонала; организации текущей деловой оценки, в т.ч. аттестации персонала; управления деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала);
- основы кадрового планирования в организации;
- виды экономических кризисов и их динамика; основные виды, методы и технологии антикризисного управления персоналом; возможности профилактики и успешного преодоления кризиса управления персоналом;
- возможности профилактики и успешного преодоления кризиса управления персоналом;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы; сущность потребности; концепции современного маркетинга;
- методы изучения рыночной конъюнктуры; современные методы планирования и организации маркетинговых исследований; современные методы сбора, анализа и представления маркетинговой информации;
- концепции маркетинга; принципы товарной политики; механизмы ценообразования; виды торговли; современные концепции комплекс-маркетинга; принципы эффективных личных продаж; функции службы сбыта; принципы управления маркетинговыми службами;

- современные модели маркетинга в компьютерных сетях;
- принципы организации маркетинга на современном предприятии; подходы в управлении спросом. Принципы социальной ответственности маркетинга;
 - механизм отбора и подбора персонала;
 - стратегии привлечения персонала;

уметь

- выявлять виды маркетинга персонала;
- выявлять и характеризовать маркетинговую среду фирмы;
- проводить анализ рынка труда и осуществлять его сегментирование;
- проводить расчет затрат на приобретение персонала;
- осуществлять анализ кадровой, ценовой и коммуникационной политики в маркетинге персонала;
- принимать участие в разработке корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий развития организации в части управления персоналом;
- прогнозировать и планировать потребность организации в персонале в соответствии со стратегическими планами организации и определять эффективные пути ее удовлетворения;
- применять на практике средства антикризисного управления персоналом;
- формировать комплексную антикризисную политику в управлении персоналом;
- анализировать внешние и внутренние среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать маркетинговые информационные системы;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных рыночных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
- систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач на предприятии; использовать маркетинговые информационные системы; анализировать рыночные возможности, разрабатывать стратегию продвижения нового продукта;
- использовать маркетинговые информационные системы; систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; определять факторы поведения покупателей;
- вырабатывать критерии подбора и расстановки персонала;
- разрабатывать профиль должности;
- разрабатывать технологию проведения собеседования с кандидатом на должность;

владеть

- навыками анализа маркетинговых исследований;
- навыками проведения количественного и качественного анализа персонала предприятия;
- методами разработки и реализации стратегий управления персоналом;
- методами планирования численности и профессионального состава персонала в соответствии со стратегическими планами организации;
- современными технологиями управления персоналом организации (найма, отбора, приема и расстановки персонала; социализации, профориентации и трудовой адаптации персонала; организации труда персонала, высвобождения персонала);
- инструментарием применения средств и технологий антикризисного управления персоналом;
- приемами антикризисной политики в управлении персоналом;
- опытом определения потребностей рынка; определения маркетинговых подходов в решении проблем бизнеса в сфере образования;
- навыками организации и проведения маркетинговых исследований;
- методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции; опытом разработки стратегий выхода на целевой рынок;
- опытом контроля и оценки маркетинговой деятельности на современном предприятии;
- методами оценки персонала;
- навыками проведения процедур отбора и подбора персонала.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Имеет теоретические представления об особенностях и этапах кадрового планирования и контроллинга. Владеет основными понятиями маркетинга персонала. Знает способы разработки и реализации стратегии привлечения персонала.
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Демонстрирует знание специфики кадрового планирования. Имеет представление и понимает механизм кадрового планирования и контроллинга. Свободно владеет основными понятиями маркетинга персонала. Способен к использованию основных способов разработки и реализации стратегии привлечения персонала в практической деятельности.
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Демонстрирует глубокое понимание механизма кадрового планирования и контроллинга. Свободно владеет основными понятиями маркетинга персонала и умеет применять полученные знания при решении прикладных задач. На основе широкого круга источников и литературы способен к использованию основных способов разработки и реализации стратегии привлечения персонала в практической деятельности. Самостоятельно систематизирует полученную информацию, стремится строить целостную картину по проблемам кадрового планирования и контроллинга.

2. Программа формирования компетенции

2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть»	Формы и методы
1	Маркетинг персонала	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные концепции и принципы маркетинга персонала – этапы маркетинговых исследований – элементы рынка труда и механизмы его функционирования – особенности кадровой, ценовой и коммуникационной политики в маркетинге персонала <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять виды маркетинга 	лекции, практические занятия

		<p>персонала</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять и характеризовать маркетинговую среду фирмы – проводить анализ рынка труда и осуществлять его сегментирование – проводить расчет затрат на приобретение персонала – осуществлять анализ кадровой, ценовой и коммуникационной политики в маркетинге персонала <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа маркетинговых исследований – навыками проведения количественного и качественного анализа персонала предприятия 	
2	<p>Основы кадровой политики и кадрового планирования</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы разработки кадровой политики – основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом – технологии управления развитием персонала (управление социальным развитием; организации обучения персонала; организации текущей деловой оценки, в т.ч. аттестации персонала; управления деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала) – основы кадрового планирования в организации <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принимать участие в разработке корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий развития организации в части управления персоналом – прогнозировать и планировать потребность организации в персонале в соответствии со стратегическими планами организации и определять эффективные пути ее удовлетворения <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами разработки и 	<p>лекции, практические занятия</p>

		<p>реализации стратегий управления персоналом</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами планирования численности и профессионального состава персонала в соответствии со стратегическими планами организации – современными технологиями управления персоналом организации (найма, отбора, приема и расстановки персонала; социализации, профориентации и трудовой адаптации персонала; организации труда персонала, высвобождения персонала) 	
3	Антикризисное управление персоналом	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды экономических кризисов и их динамика; основные виды, методы и технологии антикризисного управления персоналом; возможности профилактики и успешного преодоления кризиса управления персоналом – возможности профилактики и успешного преодоления кризиса управления персоналом <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять на практике средства антикризисного управления персоналом – формировать комплексную антикризисную политику в управлении персоналом <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – инструментарием применения средств и технологий антикризисного управления персоналом – приемами антикризисной политики в управлении персоналом 	лекции, практические занятия
4	Аудит и контроллинг персонала	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать внешние и внутренние среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию <p>владеть:</p>	лекции, практические занятия

		–	
5	Маркетинг	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы; сущность потребности; концепции современного маркетинга – методы изучения рыночной конъюнктуры; современные методы планирования и организации маркетинговых исследований; современные метода сбора, анализа и представления маркетинговой информации – концепции маркетинга; принципы товарной политики; механизмы ценообразования; виды торговли; современные концепции комплекс-маркетинга; принципы эффективных личных продаж; функции службы сбыта; принципы управления маркетинговыми службами; современные модели маркетинга в компьютерных сетях – принципы организации маркетинга на современном предприятии; подходы в управлении спросом. Принципы социальной ответственности маркетинга <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать маркетинговые информационные системы – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных рыночных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты – систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач на предприятии; использовать маркетинговые информационные системы; анализировать рыночные возможности, 	лекции, практические занятия

		<p>разрабатывать стратегию продвижения нового продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать маркетинговые информационные системы; систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; определять факторы поведения покупателей <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – опытом определения потребностей рынка; определения маркетинговых подходов в решении проблем бизнеса в сфере образования – навыками организации и проведения маркетинговых исследований – методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции; опытом разработки стратегий выхода на целевой рынок – опытом контроля и оценки маркетинговой деятельности на современном предприятии 	
6	Рекрутмент персонала	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – механизм отбора и подбора персонала – стратегии привлечения персонала <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выработать критерии подбора и расстановки персонала – разрабатывать профиль должности – разрабатывать технологию проведения собеседования с кандидатом на должность <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами оценки персонала – навыками проведения процедур отбора и подбора персонала 	лекции, практические занятия, экзамен

2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Маркетинг персонала						+				
2	Основы кадровой политики и кадрового планирования					+					
3	Антикризисное управление							+			

	персоналом										
4	Аудит и контроллинг персонала							+			
5	Маркетинг			+							
6	Рекрутмент персонала					+					

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Маркетинг персонала	Ответ на задания практических занятий. Эссе. Статья. Дискуссия. Научно-исследовательский проект. Зачет.
2	Основы кадровой политики и кадрового планирования	Выполнение докладов по вопросам семинаров. Участие в дискуссии. Выполнение проекта. Зачет.
3	Антикризисное управление персоналом	Опрос. Контрольная работа. Конспект статьи. Зачет.
4	Аудит и контроллинг персонала	Отчет по заданиям лабораторных работ (четыре работы). Реферат.
5	Маркетинг	Выполнение докладов по вопросам семинаров. Участие в дискуссии. Выполнение проекта. Зачет.
6	Рекрутмент персонала	Ответы на задания практических занятий. Кейсы. Ролевые игры. Экзамен.