

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет управления и экономико-технологического образования
Кафедра управления персоналом и экономики в сфере образования

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Ю. А. Жадаев

«*Жадаев*» г.



Маркетинг персонала

Программа учебной дисциплины

Направление 38.03.03 «Управление персоналом»

Профиль «Управление персоналом организации»

очная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования «28» июля 2016 г., протокол № 12

Заведующий кафедрой Змс' (подпись) Е.В. Зудина (зав. кафедрой) «28» июля 2016 г. (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета управления и экономико-технологического образования «29» августа 2016 г., протокол № 1

Председатель учёного совета Сидунова Г.И. (подпись) «29» августа 2016 г. (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ» «29» августа 2016 г., протокол № 1

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № 1. Сидунова Г.И. (подпись) Г.И. Сидунова (руководитель ОПОП) 190612 (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Разработчики:

Попова Ксения Александровна, к.социол.н., доцент кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

Программа дисциплины «Маркетинг персонала» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2015 г. № 1461) и базовому учебному плану по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» (профиль «Управление персоналом организации»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (от 29 февраля 2016 г., протокол № 9).

1. Цель освоения дисциплины

Получение студентами теоретических знаний и практических навыков маркетинговых подходов к формированию и реализации кадровой политики организации для обеспечения высокой рыночной конкурентоспособности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к базовой части блока дисциплин. Профильной для данной дисциплины является организационно-управленческая и экономическая профессиональная деятельность.

Для освоения дисциплины «Маркетинг персонала» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы кадровой политики и кадрового планирования», «Основы управления персоналом», «Маркетинг», «Рекрутмент персонала», «Управление знаниями», «Управление качеством персонала организации».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Антикризисное управление персоналом», «Аудит и контроллинг персонала», «Инновационный менеджмент в управлении персоналом», «Стратегическое управление персоналом», прохождения практик «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике (ПК-1);

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

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;

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;

владеть

– навыками анализа маркетинговых исследований;
– навыками проведения количественного и качественного анализа персонала предприятия.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		6
Аудиторные занятия (всего)	32	32
В том числе:		
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	40	40
Контроль	–	–
Вид промежуточной аттестации		ЗЧ
Общая трудоемкость	часы	72
	зачётные единицы	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Сущность, содержание и концепции маркетинга персонала	Фундаментальные понятия маркетинга персонала. История возникновения маркетинга персонала. Концепции маркетинга персонала. Цели системы маркетинга персонала. Характеристика видов маркетинга персонала. Функции и принципы маркетинга персонала. Элементы маркетинга персонала.
2	Процедура маркетинговых исследований	Маркетинговая информационная система. Маркетинговая среда фирмы. Анализ внешних и внутренних факторов среды фирмы. Система маркетинговых исследований. Исследование категорий, групп персонала. Отбор источников информации. Этапы маркетинговых исследований. Эвристические методы маркетинговых исследований.
3	Рынок труда, его виды и механизм функционирования	Понятие рынка труда. Механизм функционирования рынка труда. Сегментирование, как инструмент деления рынка на четкие группы предприятий и работников. Анализ рыночных возможностей. Стратегии позиционирования на рынке труда предприятиями. Человеческий капитал как фактор конкурентоспособности персонала.
4	Кадровая, ценовая и коммуникационная	Персонал как объект маркетинга персонала. Определение количественной и качественной

	политика в маркетинге персонала и движение рабочей силы	потребности в персонале. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала. Деловая оценка персонала. Ценовая политика маркетинга персонала. Ценовая политика на рынке труда. Сущность состава цены на рынке труда. Процесс ценообразования на рынке труда. Стратегии ценообразования. Коммуникационная политика маркетинга персонала. Характеристика коммуникационной функции маркетинга на рынке труда. Характеристика маркетинговых средств маркетинга персонала: реклама, стимулирование сбыта, публичных отношений ("public relations"), личная продажа. Особенность рекламы в маркетинге рабочей силы.
--	---	---

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Сущность, содержание и концепции маркетинга персонала	4	4	–	10	18
2	Процедура маркетинговых исследований	4	4	–	10	18
3	Рынок труда, его виды и механизм функционирования	4	4	–	10	18
4	Кадровая, ценовая и коммуникационная политика в маркетинге персонала и движение рабочей силы	4	4	–	10	18

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению "Экономика" и экон. специальностям / Т. П. Данько. - [3-е изд., перераб. и доп.]. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 362,[1] с. : ил., табл. - (Высшее образование). - Прил.: с. 322-361. - ISBN 978-5-16-003688-5; 10 экз. : 368-94..

2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Е. И. Мазилкина ; Е. И. Мазилкина. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. - 197 с. - ISBN 978-5-222-18945-0. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983>. - По паролю. - ЭБС IPRbooks..

3. Лашко, С. И. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. И. Лашко, Е. С. Буркот ; С. И. Лашко. - Краснодар : Южный институт менеджмента, 2012. - 248 с. - ISBN 978-5-93926-211-8. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10291>. - По паролю. - ЭБС IPRbooks.

6.2. Дополнительная литература

1. Волгоградский государственный социально-педагогический университет. Учебные материалы по дисциплине "Маркетинг персонала" [Текст] : для студентов направления

080505 "Упр. персоналом" / Минобрнауки России, Волгогр. гос. пед. ун-т, Фак. экономики и упр., Каф. упр. персоналом; сост. И А. Латышева. - Волгоград : Изд-во ВГПУ "Перемена", 2010. - 42 с. - Библиогр.: с. 40-41 (13 назв.). - ISBN 2 экз. : 104-10..

2. Петрова, Ю. А. 10 критериев оценки персонала [Электронный ресурс] / Ю. А. Петрова, Е. Б. Спиридонова ; Ю. А. Петрова. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2012. - 100 с. - ISBN 978-5-904000-87-5. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/855>. - По паролю. - ЭБС IPRbooks..

3. Эриашвили, Н. Д. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева ; Н. Д. Эриашвили. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 463 с. - ISBN 5-238-00883-X. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10488>. - По паролю. - ЭБС IPRbooks..

4. Тультаев, Т. А. Маркетинг товаров и услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. А. Тультаев ; Т. А. Тультаев. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 318 с. - ISBN 978-5-374-00537-0. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10764>. - По паролю. - ЭБС IPRbooks..

5. Пугачёв, В. П. Планирование персонала организации [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. П. Пугачёв ; В. П. Пугачёв. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. - 236 с. - ISBN 978-5-211-06210-8. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13151>. - По паролю. - ЭБС IPRbooks..

6. Петрова, Ю. А. 10 критериев оценки персонала [Электронный ресурс] / Ю. А. Петрова, Е. Б. Спиридонова ; Ю. А. Петрова. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2013. - 105 с. - ISBN 978-5-222-20049-0. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19211>. - По паролю. - ЭБС IPRbooks.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru/>).

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Офисный пакет (Microsoft Office, Open Office или др.).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Маркетинг персонала» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий.
2. Комплект мультимедийного презентационного оборудования.
3. Компьютерный класс для самостоятельной работы студентов, имеющий доступ к сети Интернет.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к базовой части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные,

наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг персонала» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.