

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ОД.5 Маркетинг персонала»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.03 Управление персоналом
(код и наименование направления подготовки)

Управление персоналом организации
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2018

...чая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

директора управления персоналом, сервиса и туризма

инициативная кафедра

протокол № 5 от "09" 01 2018.

Заведующий кафедрой

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

Е.В. Шестакова

инициативная кафедра

подпись

расшифровка подписи

Исполнители:

Старший преподаватель

должность

подпись

И.П. Бобрешова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

03.03 Управление персоналом

код направления

подпись

Е.В. Шестакова

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

расшифровка подписи

Н.Н. Грицай

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

расшифровка подписи

Ю.В. Рожкова

№ регистрации

© Бобрешова И.П., 2018
© ОГУ, 2018

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

получение теоретических знаний и практических навыков по формированию и реализации кадровой политики организации, а также формирование знаний и практических навыков по анализу рынка труда, методам привлечения персонала, обладающим необходимыми компетенциями для выполнения профессиональной деятельности.

Задачи:

- усвоение количественных и качественных характеристик рынка труда;
- изучение понятийного и терминологического аппарата в области маркетинга персонала;
- рассмотрение внешних факторов, оказывающих влияние на маркетинг персонала
- усвоение подходов к изучению ситуации на рынке труда, новых технологий изучения социальных потребностей;
- усвоение методов и принципов изучения, кадровой политики организаций-конкурентов;
- ознакомление с различными подходами к определению потребности персонала;
- изучение технологий анализа и контроля эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям;
- ознакомление с внутренними факторами, воздействующие на стратегию маркетинга персонала;
- привить практические навыки анализа состояний и тенденций развития рынка труда;
- научить рассчитывать затраты на приобретение и дальнейшее использование персонала;
- обеспечить владение компетенциями применения полученных знаний, навыков и умений для успешной практической профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.18 Управление персоналом организации, Б.1.В.ОД.6 Основы кадровой политики, Б.1.В.ОД.7 Рынок труда*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.В.ДВ.7.2 Управление занятостью населения в регионе*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основы кадрового планирования и контроллинга;- основы маркетинга персонала;- новые технологии в предварительном отборе кандидатов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- формировать имидж работодателя;- анализировать внутренний и внешний рынки рабочей силы;- определять качественную и количественную потребности в персонале. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками разработки и реализации стратегии привлечения персонала.	ПК-2 знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	12,25	12,25
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального задания (ИЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям	95,75	95,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Сущность и принципы маркетинга персонала.	17,5	0,5	1		16
2	Кадровая стратегия и кадровое планирование в организации.	17,5	0,5	1		16
3	Основы формирования и виды маркетинга персонала.	17,5	0,5	1		16
4	Реализация маркетинга персонала в организации.	17,5	0,5	1		16
5	Обеспечение организации персоналом.	19	1	2		16
6	Маркетинговые исследования рынка труда.	19	1	2		16
	Итого:	108	4	8		96
	Всего:	108	4	8		96

4.2 Содержание разделов дисциплины

№ 1 Сущность и принципы маркетинга персонала. Теоретико-философские начала науки о маркетинге персонала организации. Принципы формирования маркетинга персонала организации.

№ 2 Кадровая стратегия и кадровое планирование в организации. Сущность кадровой политики и стратегии управления персоналом. Основы кадрового планирования. Характеристика уровней и требований к кадровому планированию. Кадровый контроллинг и кадровое планирование.

№ 3 Основы формирования и виды маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала. Виды маркетинга персонала.

№ 4 Реализация маркетинга персонала в организации. Особенности формирования имиджа работодателя. Подходы к реализации маркетинга персонала в организации. Процедура реализации маркетинга персонала.

№ 5 Обеспечение организации персоналом. Процедура обеспечения организации персоналом. Новые технологии в оценке претендентов при найме. Сравнительная оценка методов отбора претендента. Новые технологии в предварительном отборе кандидатов.

№ 6 Маркетинговые исследования рынка труда. 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.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Сущность и принципы маркетинга персонала.	1
1	2	Кадровая стратегия и кадровое планирование в организации.	1
2	3	Основы формирования и виды маркетинга персонала.	1
2	4	Реализация маркетинга персонала в организации.	1
3	5	Обеспечение организации персоналом.	2
4	6	Маркетинговые исследования рынка труда.	2
		Итого:	8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1 Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Менеджмент организации", "Управление персоналом" / А. Я. Кибанов.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 447 с. - ISBN 978-5-16-005112-3.

5.2 Дополнительная литература

1 Кадровая политика и стратегия управления персоналом: учебно-практическое пособие: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Управление персоналом" и "Менеджмент организации" / под ред. А. Я. Кибанова; Гос. ун-т упр. - Москва : Проспект, 2014. - 64 с. : табл. - (Управление персоналом: теория и практика). - На тит. л.: Электронные версии книг на сайте www.prospekt.org - ISBN 978-5-392-11521-1.

2 Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебно-практическое пособие: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Управление персоналом" и "Менеджмент организации" / под ред. А. Я. Кибанова; Гос. ун-т упр. - Москва : Проспект, 2014. - 64 с. : табл. - (Управление персоналом: теория и практика). - На тит. л.: Электронные версии книг на сайте www.prospekt.org - ISBN 978-5-392-13151-8.

3. Краснова, Н. В. Развитие персонала компании: практическое пособие / Н. В. Краснова. - Москва : МФПА, 2011. - 96 с. : ил. - (Кадровый бестселлер) - ISBN 978-5-902597-78-0.

5.3 Периодические издания

1. Управление развитием персонала: журнал. - М. : Агентство "Роспечать". 2017-2018 гг.
2. Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать". 2017-2018 гг.
3. Проблемы теории и практики управления : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017-18.

5.4 Интернет-ресурсы

1. <https://openedu.ru/> - «Открытое образование»;
2. <https://universarium.org/> - «Универсариум»;
3. <https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум».

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1. Операционная система Microsoft Windows;
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access);
3. Гарант [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / НПП Гарант-Сервис. – Электрон. дан. – Москва, [1990–2018]. – Режим доступа \\fileserv1\GarantClient\garant.exe в локальной сети ОГУ.
4. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / Компания Консультант Плюс. – Электрон. дан. – Москва, [1992–2018]. – Режим доступа : в локальной сети ОГУ \\fileserv1\!CONSULT\cons.exe

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кафедра «Управление персоналом, сервиса и туризма» для построения эффективного учебного процесса располагает следующими материально-техническими средствами, которые используются в процессе изучения дисциплине:

- ученическая доска;
- комплектами ученической мебели;
- персональные компьютеры, подключенные к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ;
- экран для проектора на треноге;
- мультимедийный проектор.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.
- Методические указания по подготовке обучающихся к самостоятельной работе по дисциплине.