

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборава Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.06.2021
Уникальный идентификатор:
c3b3b9c625f6c1177a7c43baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Многофункциональная экономика и развитие территории»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.01.02 Управление маркетингом персонала

Направление подготовки:

38.04.03 «Управление персоналом»

Направленность (профиль):

Стратегическое управление персоналом организации

Квалификация выпускника: **магистр**

Рабочая учебная программа по дисциплине «Управление маркетингом персонала» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования магистратура по направлению подготовки 38.04.03 «Управление персоналом», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 N 958 (зарегистрировано Министерством юстиции России 26.08.2020 N 59456).

Составители:

к.э.н., доцент	Т.А. Журавлева
_____	_____
(ученая степень, ученое звание)	(ФИО)

РПД обсуждена на заседании кафедры «Многофункциональная экономика и развитие территории»
« ____ » _____ 2021 г., протокол № _____

Заведующий кафедрой	к.э.н., доцент	Н.Н. Скорниченко
	_____	_____
	(уч.степень, уч.звание)	(ФИО)

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета от 29.06.2021 г. Протокол № 16

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является углубление уровня освоения обучающимися профессиональных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-1. Способность осваивать и внедрять на практике современные технологии и методики работы с персоналом организации	ИПК-1.1. Использует современные методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении персоналом ИПК-1.3. Участвует в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организации с учетом применения технологических инноваций	Знает: Методы, способы и инструменты управления персоналом; методику кадрового планирования и привлечения персонала с учетом развития внешних и внутренних факторов Умеет: Внедрять стратегию по управлению персоналом; оценивать конкурентоспособность персонала в процессе привлечения, подбора и отбора человеческих ресурсов Владеет: навыками по разработке предложений по структуре подразделения и потребности в персонале; по разработке основных положений кадровой политики по привлечению, подбору и отбору конкурентоспособного персонала	07.003 Специалист по управлению персоналом

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы магистратуры (Б.1.В.01. Профессиональный модуль).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 час.), их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	34/ 10
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	14/ 4
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	20 / 6
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	74/ 94
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	74/ 94
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	- / -
Контроль (часы на экзамен, зачет)	0 / 4
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	Обзорная лекция-консультация по изучению учебного курса	2				-
ПК-1: ИПК-1.1; ИПК – 1.3.	Тема 1. Сущность управления маркетингом: 1. Философия маркетинга управления персоналом 2. Процесс управления маркетингом	2/0,5	-	2/1	12/15	<i>Устный опрос по теме/подготовка сообщений по теме/выполнение заданий</i>
	Практическое занятие № 1. Сущность управления маркетингом					
	Самостоятельная работа. Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка / сообщений / выполнение заданий					
ПК-1: ИПК-1.1; ИПК – 1.3.	Тема 2. Организация управления маркетингом: 1. Организационные структуры службы маркетинга. 2. Основные функции и функциональные связи маркетинга на предприятии 3. Должностные инструкции в маркетинговой деятельности. 4. Мотивация персонала службы маркетинга	4/1	-	6/1	14/16	<i>Устный опрос по теме/подготовка сообщений по теме/выполнение заданий</i>
	Практическое занятие № 2. Организация управления маркетингом:					
	Самостоятельная работа. Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка / сообщений / выполнение заданий					
ПК-1: ИПК-1.1; ИПК – 1.3.	Тема 3. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами с применением современного программного обеспечения при обосновании решений 1. Управление маркетингом на корпоративном уровне 2. Управление маркетингом на инструментальном уровне	2/0,5	-	4/1	12/16	<i>Устный опрос по теме/подготовка сообщений по теме/выполнение заданий с использованием онлайн-источников информационно-справочных систем и информационно-коммуникационных технологий</i>
	Практическое занятие № 3. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами с применением современного программного обеспечения при обосновании решений					
	Самостоятельная работа. Подготовить сообщения и разобрать предлагаемые ситуации с использованием онлайн-источников информационно-справочных систем и информационно-коммуникационных технологий					
ПК-1: ИПК-1.1;	Тема 4 Организационные аспекты и оценка контроля маркетинга 1. Виды, элементы и формы контроля	2/0,5	-	4/1	12/16	<i>Устный опрос по</i>

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час	Самостоятельная работа, час	
ИПК – 1.3.	2.Характеристика основных подходов к контролю маркетинга персонала					<i>теме/подготовка сообщений по теме/выполнение заданий</i>
	Практическое занятие № 4. Организационные аспекты и оценка контроля маркетинга					
	Самостоятельная работа. Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка / сообщений /выполнение заданий					
ПК-1: ИПК-1.1; ИПК – 1.3.	Тема 5. Особенности формирования имиджа работодателя с использованием информационно-коммуникационных технологий. 1. Особенности формирования имиджа работодателя 2. Подходы к реализации маркетинга персонала в организации	2/1	-	2/1	12/15	<i>Устный опрос по теме/подготовка сообщений по теме/выполнение заданий с использованием онлайн-источников справочно-правовой системы Консультант Плюс, электронные ресурсы Google, Mail, Яндекс</i>
	Практическое занятие № 5. Особенности формирования имиджа работодателя с использованием информационно-коммуникационных технологий.					
	Самостоятельная работа Изучение учебного материала, используя справочно-правовую систему Консультант Плюс, электронные ресурсы Google, Mail, Яндекс					
ПК-1: ИПК-1.1; ИПК – 1.3.	Тема 6. Подходы к реализации маркетинга персонала в организации: анализ внешних и внутренних факторов 1. Процедура реализации маркетинга персонала 2. Бюджет маркетинга 3. Маркетинг-аудит	2/0,5	-	2/1	12/16	<i>Устный опрос по теме/подготовка сообщений по теме/выполнение заданий/ Тестирование по темам лекционных занятий</i>
	Практическое занятие № 6. Подходы к реализации маркетинга персонала в организации: анализ внешних и внутренних факторов					
	Самостоятельная работа. Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка / сообщений /выполнение заданий / тестирование по темам лекционных занятий					
	ИТОГО	14/4	-	20/6	74/94	

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

4.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- проблемное обучение;
- разбор конкретных ситуаций;
- информационные технологии: BigBlueButton, Zoom;
- электронные ресурсы Google, Mail, Яндекс

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

4.2.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на практических занятиях семинарского типа

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: решение заданий при изучении тем 1-6, в том числе с использованием онлайн-источников информационно-справочных систем и информационно-коммуникационных технологий по теме 3 и с использованием онлайн-источников справочно-правовой системы Консультант Плюс, электронные ресурсы Google, Mail, Яндекс по теме 5.

4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Решение практических ситуаций и задач

Подготовка сообщений

3. Работу с ресурсами Интернет
4. Решение практических ситуаций в виде заданий, разрешения разноуровневых вопросов.

5. Изучение практических материалов деятельности по конкретным предприятиям.

6. Подготовку к тестированию по темам курса

7. Подготовку к промежуточной аттестации по курсу

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература:

1. Маркетинг для магистров : учебник / В. В. Синяев, Р. Ю. Стыцук, Н. П. Козлова [и др.] ; под общ. ред. И. М. Синяевой ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. - Документ Bookread2. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2016. - 368 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=501125#> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0419-4. - 978-5-16-010706-6.- 978-5-16-102719-6. - Текст : электронный.
2. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учеб. пособие / В. М. Маслова. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Документ Bookread2. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2020. - 208 с. : схем. - . - Слов. терминов. - Прил. - URL: <https://new.znanium.com/read?id=356162> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0147-6. - 978-5-16-105552-6. - Текст : электронный.
3. Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг. Креативные средства и инструменты : учеб. пособие для вузов по направлению "Торговое дело" (квалификация (степень) "магистр") / А. М. Пономарева. - Документ read. - Москва : Риор [и др.], 2018. - 246 с. - (Высшее образование - Магистратура). - Слов. - Прил. - URL: <https://znanium.com/read?id=372086> (дата обращения: 14.01.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-01531-5. - 978-5-16-104256-4. - Текст : электронный.
4. Управление персоналом организации : учеб. для вузов по специальностям "Менеджмент орг.", "Упр. персоналом", "Экономика труда" / А. Я. Кибанов, И. А. Баткаева, И. Е. Ворожейкин [и др.] ; Гос. ун-т упр. ; под ред. А. Я. Кибанова. - Изд. 4-е, доп. и перераб. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 695 с. : ил. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=358348> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-100653-5. - Текст : электронный.
5. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Управление маркетингом персонала" : для студентов направления подгот. 38.04.03 "Упр. персоналом" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВО "ПВГУС"), Каф. "Менеджмент" ; сост. Т. А. Журавлева. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2017. - 1,53 МБ, 71 с. - URL: http://elib.tolgas.ru/publ/Metod_UMARPm_MUP_26.05.2017.pdf (дата обращения: 21.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - 0-00. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

6. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом : учеб. для вузов по специальностям "Менеджмент орг.", "Упр. персоналом" (квалификация (степень) "бакалавр") / А. Я. Кибанов ; Гос. ун-т упр. - Изд. 3-е, перераб. и доп. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 440 с. : ил. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=993305> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-107113-7. - Текст : электронный.
7. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учеб. пособие по направлениям "Менеджмент орг." и "Упр.

персоналом" / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова ; Гос. ун-т упр., Воронеж. гос. ун-т. - Документ HTML. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 301 с. - (Высшее образование: Магистратура). - URL: <https://znanium.com/read?id=356170> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-107492-3. - Текст : электронный.

8. Митрофанова, Е. А. Оценка результатов труда персонала и результатов деятельности подразделений службы управления персоналом : учеб.-практ. пособие : учеб. пособие для вузов по специальностям "Упр. персоналом" и "Менеджмент орг." / Е. А. Митрофанова, Л. В. Ивановская ; Гос. ун-т упр. ; под ред. А. Я. Кибанова. - Москва : Проспект, 2012. - 65 с. : табл. - (Управление персоналом: теория и практика). - ISBN 978-5-392-02890-0 : 66-00. - Текст : непосредственный.

9. Современные проблемы и инновационные технологии управления персоналом : монография / Г. М. Кулапина, А. Е. Бугаев, Т. А. Журавлева [и др.] ; Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВПО "ПВГУС"). - Тольятти : ПВГУС, 2013. - 196 с. : ил. - ISBN 978-5-9581-0321-8 : 179-17. - Текст : непосредственный.

5.2 Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 09.02.2021). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. ГАРАНТ.RU : информ. – правовой портал : [сайт] / ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». – Москва, 1990 - . - URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения 09.02.2021). - Текст : электронный.

3. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992 - . - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 09.02.2021). - Текст : электронный.

4. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 09.02.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 09.02.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

6. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 09.02.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства.

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows 7	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office Professional Plus	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	Консультант Плюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

компьютерные классы университета;

библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Дифференцированный зачет	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	
			70-85,9	«хорошо» / 4	
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5		

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии с набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений,

качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

Формы и критерии текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр.точку	Макс. возм. кол-во баллов
Устные ответы на вопросы/подготовка сообщений по теме	6	2	12
Выполнение заданий, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий и с использованием онлайн-источников справочно-правовой системы Консультант Плюс, электронные ресурсы Google, Mail, Яндекс	6	3	18
Тестирование по темам лекционных занятий	1	50	50
Творческий рейтинг (участие в конференциях, олимпиадах и т.п.)	1	20	20
		Итого по дисциплине	100 баллов

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Примерные темы вопросов и сообщений для выступления на практических (семинарских) занятиях

Практическое занятие 1. Сущность управления маркетингом:

Вопросы:

1. Философия маркетинга управления персоналом
2. Процесс управления маркетингом

Подготовить сообщения на темы:

1. Модель эффективной организации маркетинга
2. Участие персонала в разработке конкурентных стратегий предприятия
3. Участие персонала в разработке плана маркетинга предприятия
4. Цели и задачи управления маркетингом персонала

Практическое занятие 2. Организация управления маркетингом:

Вопросы:

1. Организационные структуры службы маркетинга.
2. Основные функции и функциональные связи маркетинга на предприятии
3. Должностные инструкции в маркетинговой деятельности.
4. Мотивация персонала службы маркетинга

Подготовить сообщения на темы:

1. Управление распределением, действия персонала
2. Управление продвижением, действия персонала и контроль деятельности.
3. Рамки соглашений профсоюза и работодателя по поводу заработной платы
4. Управление карьерой персонала маркетинга предприятия
5. Методы отбора персонала маркетинговых служб
6. Определение потребности персонала маркетинговых служб
7. Оценка и стимулирование персонала маркетинговых служб

Практическое занятие 3. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами с применением современного программного обеспечения при обосновании решений

Вопросы:

1. Управление маркетингом на корпоративном уровне
2. Управление маркетингом на инструментальном уровне

Подготовить сообщения на темы:

1. Оргструктура отдела маркетинга
2. Планирование работ с персоналом предприятия посредством коммуникационных маркетинговых средств с применением современного программного обеспечения при обосновании маркетинговых решений
3. Система управления персоналом предприятия
4. Функции вице-президента по маркетингу
5. Построение информационной системы о конкурентах (по Портеру)

Практическое занятие 4. Организационные аспекты и оценка контроля маркетинга

Вопросы:

1. Виды, элементы и формы контроля

2. Характеристика основных подходов к контролю маркетинга персонала

Подготовить сообщения на тему:

1. Служба контроля маркетинга на предприятии
2. Версии контроллинга маркетинга персонала, применяемые в зарубежной практике, Р. Вундерера и Е. Дитманна.

Практическое занятие 5. Особенности формирования имиджа работодателя с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Вопросы:

1. Особенности формирования имиджа работодателя
2. Подходы к реализации маркетинга персонала в организации

Подготовить сообщения на темы:

1. Деловое межличностное общение – networking&schmoozing.
2. Справочно-правовая система Консультант Плюс, электронные ресурсы Google, Mail, Яндекс по вопросам безопасности при приеме персонала на работу
3. Раскройте стратегические цели и задачи в политике мотивации с использованием информационно-коммуникационных технологий

Практическое занятие 6. Подходы к реализации маркетинга персонала в организации: анализ внешних и внутренних факторов

Вопросы:

1. Процедура реализации маркетинга персонала
2. Бюджет маркетинга
3. Маркетинг-аудит

Подготовить сообщения на темы:

1. Работа персонала в составлении бюджета маркетинга предприятия
2. Изучение потребителей в управлении маркетингом
3. Участие персонала предприятия в разработке «портфельных стратегий»
4. Работа отдела маркетинга при позиционировании и репозиционировании товаров предприятия
5. Участие персонала в прогнозировании спроса предприятия

Примерные варианты заданий

Задание 1.

По рассмотренной схеме практического занятия 1. «Философия маркетинга управления персоналом» раскройте основные понятия: образ мышления, образ действия, философия бизнеса, методология рыночной деятельности, концепция маркетинга, принципы, функции, система, организация, методы, средства.

1. Вспомните основные концепции, принципы и функции маркетинга персонала.
2. Продемонстрируйте схематично эволюцию взглядов на роль маркетинга персонала в компании, какому подходу вы отдаете предпочтение? Какая из перечисленных схем наиболее точно отражает подход маркетингу в организации, на которой вы проходили практику? Поясните ответ.
3. Проанализируйте известные вам определения «Управления маркетингом персонала», какие коррективы вы могли бы внести?
4. Опишите подходы к организации маркетинга персонала, с которыми вы столкнулись в ходе практики. Каковы выявленные вами недостатки и Ваши предложения по совершенствованию организации управления маркетингом персонала?

Задание 2. Согласно практическому занятию 2:

1. Разработать Положение о службе маркетинга, применительно к конкретному предприятию.
2. Разобрать пример анализа маркетинговой деятельности предприятия, используя методы граф и метод функционально-стоимостного анализа.
3. Охарактеризуйте основные этапы маркетингового планирования.

Задание 3. Согласно практическому занятию 3: Заполните таблицу, приведенную ниже на примере конкретного предприятия

<i>Инструменты стимулирования</i>	<i>политики</i>	<i>Инструменты коммуникативной политики</i>	<i>Методы привлечения персонала</i>

Задание 4. Согласно практическому занятию 4: Проанализируйте объекты измерения в контроллинге персонала, рассмотренные на ниже приведенном рисунке на конкретном предприятии.

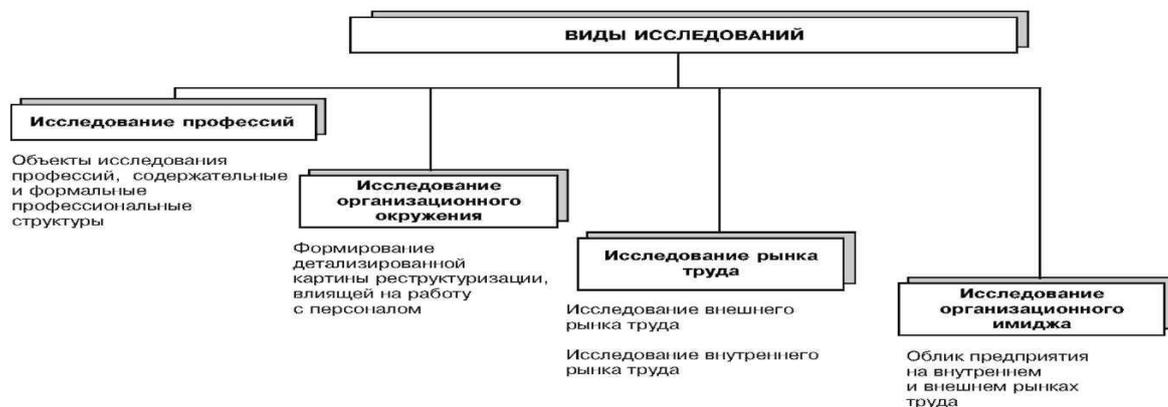


Задание 5.

Согласно практическому занятию 5: 1. Проанализируйте элементы кадровой рекламы конкретного предприятия, представленные на рисунке:



2. Проанализируйте процесс реализации информационной функции маркетинга персонала сферы услуг по ниже приведенной схеме:



Задание 6. Согласно практическому занятию 6: Заполните таблицу бюджета маркетинга по ниже приведенной форме на основании данных конкретного предприятия. Форма представления бюджета маркетинга

Предложение бюджета по организации сбыта для:						
Перечень статей	20__ Фактическое	20__ Фактическое	20__ Начальное ассигнование	20__ Расчетное	20__ Предлагаемое	20__ Утвержденное
Объем продаж, д. е.						
Доходы до распределения маркетинговых затрат, д. е.						
Маркетинговые затраты (А), д. е.						
Маркетинговые затраты к объему продаж, %						
Маркетинг, включая распределение (В), д. е.						
Операционный доход до корректировки (D), д. е.						
Операционный доход, в % к объему продаж						
Население, чел.						
Объем продаж на 1 тыс. чел., д. е.						
Маркетинговые затраты на 1 тыс. чел., д. е.						
Статьи маркетингового бюджета						

1. Журналы						
2. Реклама в газетах						
3. Приложение к газетам						
4. Радио						
5. Телевидение						
6. Плакаты						
7. Специальные СМИ						
8. Оплата посредников						
9. Торговые СМИ						
10. Неценовые стимулы для клиентов						
11. Ценовые стимулы для клиентов						
12. Торговые конференции						
13. Материалы по сбытовой политике						
14. Скидки розничным торговцам						
15. Бесплатные торговые образцы						
16. Прочие						
Маркетинг (А)						
Расходы на пропаганду						
Расходы на фрахт и прочие материалы для сбытовой политики						
Маркетинг с учетом ассигнований (В)						
Разработка упаковки (С)						
Рыночные исследования (С)						

- (А) Маркетинг = Итого по всем статьям бюджета.
- (В) Маркетинг с учетом распределения = «Маркетинг» плюс пропаганда, фрахт, материалы для сбытовой политики.
- (С) Доход за вычетом административных расходов.
- (D) Операционный доход до корректировки = «доход с учетом затрат на маркетинг» минус «маркетинговые затраты А, В, С».
- От лица _____ Дата _____

Темы для самостоятельного изучения:

1. Анализ политики ценообразования и предложение комплекса мероприятий по ее совершенствованию.
2. Определение точки безубыточности организации.
3. Рамки соглашений профсоюза и работодателя по поводу заработной платы
4. Возможные предпочтения соискателей рабочего места при выборе предприятия
5. Функции, выполняемые специалистами маркетинга высшего уровня
6. Основные этапы организации маркетинга на предприятии
7. Организационные структуры управления маркетингом
8. Основные функции персонала в управлении ценовой политикой предприятия
9. Структура «Положения об отделе маркетинга» и «Инструкции маркетолога»
10. Роль справочно-правовой системы Консультант Плюс, электронных ресурсов Google, Mail, Яндекс по вопросам управления персоналом

Самостоятельное изучение литературы, подготовка к промежуточной аттестации (прохождение теста самопроверки)

Тест для самопроверки по дисциплине размещен в электронной информационно-образовательной среде университета <http://sdo.tolgas.ru/> в свободном для студентов доступе. Студенты могут пройти тест самопроверки в ходе подготовки к промежуточной аттестации (дифференцированный зачет). Фонд тестовых заданий для самопроверки включает 30 заданий. Время тестирования 10 мин. Количество попыток - 3. Количество заданий в попытке - 10.

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: **дифференцированный зачет** (по результатам накопительного рейтинга или в форме компьютерного тестирования). Устно-письменная форма по билетам предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности

Перечень вопросов и заданий для подготовки к дифференцированному зачету (ПК-1: ИПК-1.1., ИПК-1.3)

1. Организация управления маркетингом персонала.
2. Подбор и обучение персонала службы маркетинга
3. Мотивация персонала службы маркетинга.
4. Модель эффективной организации маркетинга
5. Основные функции персонала в управлении продвижением

6. Основные этапы организации маркетинга на предприятии
7. Организационные структуры управления маркетингом
8. Работа персонала в составлении бюджета маркетинга предприятия
9. Служба контроля маркетинга на предприятии
10. Цели и задачи управления маркетингом персонала
11. Планирование работ с персоналом предприятия
12. Система управления персоналом предприятия
13. Управление карьерой персонала маркетинга предприятия
14. Методы отбора персонала маркетинговых служб
15. Оценка и стимулирование персонала маркетинговых служб
16. Внутренний маркетинг и управление персоналом
17. Управление маркетинговой службой персонала
18. Факторы, влияющие на маркетинг персонала
19. Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности
20. Внутренний маркетинг персонала в российских компаниях

Примерный тест для итогового тестирования (ПК-1: ИПК-1.1., ИПК-1.3)

1. Элементы маркетинговой системы
 - :информация
 - :объект
 - :планирование
 - :накопления
2. Маркетинговый аудит
 - :применяется для закрытия компании
 - :относится к маркетинговому окружению и маркетинговым действиям
 - :является частью более широкого управленческого аудита
 - :определяет нормативы деятельности компании
3. Виды контроля маркетинга выберите правильные ответы
 - :кооперативный контроль
 - :инвестиционный контроль
 - :стратегический контроль
 - :коммуникативный контроль
4. Процесс включающий планирование, претворение в жизнь маркетинговых мероприятий и контроль за их проведением
 - :маркетинг
 - :управление маркетингом
 - :анализ маркетинга
 - :функциональный маркетинг
5. Основой концепции социально-этичного маркетинга являются идеи
 - :оптимизации производства
 - :гармонии с природой
 - :получения прибыли
 - :удовлетворения потребностей
 - :благополучия человечества
6. Постоянная , систематическая и объективная проверка и оценка положения и процессов в области маркетинга
 - :функция маркетинга
 - :стратегия маркетинга
 - :контроль маркетинга
 - :принцип маркетинга
7. Сколько основных элементов включает в себя комплекс маркетинга

- :3
- :4
- :8
- :12

8. Организация маркетинга направлена на

- :повышение спроса
- :создание структуры
- :создание бренда
- :завоевание рынка

9. Целенаправленная деятельность компании по регулированию рыночной устойчивости посредством информационных технологий

- :правление маркетинговыми структурами
- :управление маркетинговыми коммуникациями
- :управление маркетинговыми ресурсами
- :стратегия маркетинга

10. Виды решений по коммуникациям отметьте правильные ответы

- :структурные
- :вербальные
- :объективные
- :личные

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации размещен в банке вопросов электронного учебного курса дисциплины в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>, а также хранится в бумажном и (или) электронном виде на кафедре-разработчике.