

**ИНСТИТУТ ЗАКОНОВЕДЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ВПА**

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА, УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ И  
ЭКОНОМИКИ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
по дисциплине  
«МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА»**

Направление подготовки: Управление персоналом  
(квалификация (степень): «бакалавр»)

## СОДЕРЖАНИЕ

Тематические планы.....	3
Планы семинарских занятий.....	7
Задания для самостоятельной работы.....	13
Методические рекомендации по выполнению контрольной работы, включая перечень тем.....	15
Перечень вопросов к экзамену.....	19

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**  
 по дисциплине «Маркетинг персонала»  
 для студентов очной формы обучения по направлению  
 Управление персоналом

	Наименование разделов и тем	Всего	Количество аудиторных часов				Самостоятельная работа	Формируемые компетенции	
			Всего ауд. час.	Количество часов по видам занятий					
				Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия			Интерактив
1	Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	16	6	2	2	2	Семинар-конференция	10	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
2	Тема 2. Эволюция маркетинга персонала	16	8	4	2	2	Семинар-конференция	8	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
3	Тема 3. Функции маркетинга персонала	20	12	4	4	4	Деловая игра «Проектирование службы управления персоналом организации: цели и структура, функции. Разработка плана маркетинга»	8	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
4	Тема 4. Технология маркетинга персонала	20	10	2	4	4	Дискуссия по методике «Обсуждение вполголоса»	10	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38

5	Тема 5. Маркетинг персонала в сфере государственного и муниципального управления	18	6	2	2	2		12	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
6	Тема 6. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	18	6	2	2	2	Практикум	12	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
	Контрольная работа								
	Экзамен								
	Всего	<b>108</b>	<b>48</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>		<b>60</b>	

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**  
 по дисциплине «Маркетинг персонала»  
 для студентов заочной формы обучения по направлению  
 Управление персоналом

	Наименование разделов и тем	Всего	Количество аудиторных часов					Самостоятельная работа	Формируемые компетенции
			Всего ауд. час.	Количество часов по видам занятий					
				Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Интерактив		
1	Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	17	2	1	1	-	Семинар-конференция	15	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
2	Тема 2. Эволюция маркетинга персонала	17	2	1	1	-	Семинар-конференция	15	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
3	Тема 3. Функции маркетинга персонала	19	1		1			18	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
4	Тема 4. Технология маркетинга персонала	19	3	1	1	1	Дискуссия по методике «Обсуждение вполголоса»	16	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38

5	Тема 5. Маркетинг персонала в сфере государственного и муниципального управления	17			-	-		17	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
6	Тема 6. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	19	2	1	-	1	Практикум	17	ОПК-4, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-38
	Контрольная работа								
	Экзамен								
	<b>Всего</b>	<b>108</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>98</b>	

## ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА»

### Рекомендуемая литература

#### Основная литература:

1. Иванова С. Поиск и оценка линейного персонала [Электронный ресурс]: повышение эффективности и снижение затрат/ С. Иванова— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 129 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48443.html>.— ЭБС «IPRbooks»

#### Дополнительная литература

1. Анцупов А.Я. Социально-психологическая оценка персонала [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.Я. Анцупов, В.В. Ковалев— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 391 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15464.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Глик Д.И. Подбор торгового персонала [Электронный ресурс]/ Д.И. Глик— Электрон. текстовые данные.— М.: Альфа-Пресс, 2007.— 145 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/932.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Захарова Т.И. Оценка персонала [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.И. Захарова, Д.Е. Стюрина— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 168 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11053.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Калюгина С.Н. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: практикум/ С.Н. Калюгина, И.П. Савченко, О.А. Мухорьянова— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66048.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Корнийчук Г.А. Прием и увольнение работников. Оформление трудовых отношений, подбор и оценка персонала [Электронный ресурс]/ Г.А. Корнийчук, С.В. Козинцева— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1559.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Кошелев А.Н. Эффективная мотивация торгового персонала (2-е издание) [Электронный ресурс]/ А.Н. Кошелев— Электрон. текстовые

- данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57158.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Петрова Ю.А. 10 критериев оценки персонала [Электронный ресурс]/ Ю.А. Петрова, Е.Б. Спиридонова— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 100 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/855.html>.— ЭБС «IPRbooks»
8. Петрова Ю.А. 10 критериев оценки персонала [Электронный ресурс]/ Ю.А. Петрова, Е.Б. Спиридонова— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2013.— 105 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19211.html>.— ЭБС «IPRbooks»
9. Петрова Ю.А. Лучшие способы мотивации персонала [Электронный ресурс]/ Ю.А. Петрова, Е.Б. Спиридонова— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010.— 120 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/838.html>.— ЭБС «IPRbooks»
10. Шевченко Т.В. Нестандартные методы оценки персонала [Электронный ресурс]/ Т.В. Шевченко— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010.— 108 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/848.html>.— ЭБС «IPRbooks»

**Рекомендуемые периодические издания:**

1. Бизнес журнал
2. Новый Бизнес
3. Деловая Тула
4. Деловые Вести

**Тема 1. «Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды»**

**Вопросы:**

1. Сущность, принципы и направления маркетинга персонала.
2. Качественная и количественная потребность в персонале.
3. Определение требований к персоналу организации, должности и рабочему месту.

**Тема 2. «Эволюция маркетинга персонала»**

**Вопросы:**

1. Этапы развития маркетинга персонала как вида управленческой



деятельности.

2. Сравнительный анализ немецкой и американской школ маркетинга персонала.
3. Эволюция концепции внутреннего маркетинга в области персонала.

### **Тема 3. «Функции маркетинга персонала»**

#### **Вопросы:**

1. Исследование внешней среды организации (состояние рынка труда, государственное регулирование занятости, организация управления персоналом у конкурентов);
2. Исследование внутренней среды организации. Материальные факторы: общий уровень дохода сотрудников по сравнению с другими компаниями; социальный пакет (страхование, декретные программы, программы для детей сотрудников, спортивные, направленные на поддержку здоровья). Нематериальные факторы привлекательности рабочего места (карьерные возможности, общая атмосфера внутри компании).
3. Управление корпоративной культурой и поведением персонала. Позиционирование компании (формирование внешнего имиджа персонала, описание норм поведения при работе с клиентами и партнерами компании. Программы формирования и поддержки лояльности персонала. Построение организационной структуры компании).

### **Тема 4. «Технология маркетинга персонала»**

#### **Вопросы:**

1. Этапы оценки потребности в персонале (проработка функциональной структуры управления с учетом главной задачи каждого подразделения, определение типов ответственности, набора функциональных обязанностей, расчет временных и стоимостных ресурсов, необходимых для их выполнения).
2. Определение нормативов трудоемкости (определение количества

временных и стоимостных ресурсов, необходимых для реализации функциональных обязанностей каждой отдельной должности в течении месяца, квартала, года. Окончательный расчет необходимого количества человек на данную должность).

3. Построение модели компетенций для сотрудников организации.

### **Тема 5. «Маркетинг персонала в сфере государственного и муниципального управления»**

#### **Вопросы:**

1. Значение маркетинга персонала в государственном и муниципальном управлении.
2. Основные этапы построения системы отбора кадров на государственную службу. (принципы и критерии отбора персонала на государственную службу. Замещение и способы оценки государственных служащих. Кадровый резерв).

### **Тема 6. «Имидж организации и его использование в маркетинге персонала»**

1. Позиционирование и продвижение компании в качестве привлекательного работодателя (развитый HR-бренд, известность и лояльность топ-менеджмента, история и длительность существования компании, известность, популярность продукции или услуг).
2. Стратегический HR-менеджмент (разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Непосредственная синхронизация стратегических планов компании в отношении персонала, маркетинга, финансов и других функциональных областей).
3. Определение долгосрочных потребностей и возможностей в привлечении и изменении человеческих ресурсов (учит этапа жизненного цикла компании, динамики развития, состояние продуктового портфеля, факторы влияния внешнего окружения организации (SWOT-анализ)).

Таблица 1

## Критерии оценивания выступления студентов на семинарском занятии

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Уровни освоения компетенции		
		пороговый («удовлетворительно»)	продвинутый («хорошо»)	высокий («отлично»)
Выступление студентов на семинарском занятии <sup>1</sup>	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися Оценочное средство, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения	студент воспроизводит термины и основные понятия, их определения, объясняет события и явления на основе имеющихся знаний, владеет методологией учебной дисциплины студент аргументировано высказывает свою точку зрения, отвечает на вопросы, не выдвигает новых идей, действует в рамках известной парадигмы	студент сопоставляет факты, события, явления, выявляет взаимосвязь между ними на основе имеющихся теоретических знаний и практических умений, определяет ключевые пункты студент аргументировано высказывает свою точку зрения, задает вопросы и отвечает на вопросы, способен выдвинуть несколько стандартных путей решения обсуждаемой проблемы	владеет системным подходом объяснения происходящих событий и явлений, предлагает новые пути, зачастую выходящие за рамки стандартов, решения поставленных задач, оценивает полученные результаты, свою работу студент активно участвует в обсуждении, аргументирует свои высказывания, формулирует проблемы, выдвигает нестандартные пути решения

<sup>1</sup> Комплексное оценочное средство, включающее в себя элементы коллоквиума и круглого стола, диспутов, дебатов

## **ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ по дисциплине «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА»**

### **Темы докладов на семинаре-конференции**

1. Нормирование как инструмент оценки потребности в персонале.
2. Место частного бюджета затрат труда в операционном бюджете организации
3. Профессиональные требования к работникам службы управления персоналом
4. Специфические требования при оценке претендентов на вакантное место.
5. Сравнительный анализ оценки при приеме новых сотрудников, при ротации и при повышении в должности.
6. Материальные факторы привлекательности рабочего места и работодателя.
7. Нематериальные факторы привлекательности рабочего места и работодателя.
8. Основные методы оценки кандидатов на вакантное место.
9. Цели формирования кадрового резерва.
10. Нормы поведения персонала при работе с клиентами и партнерами компании.
11. Анализ рынка труда в отраслевом и профессиональном срезе.
12. Маркетинг персонала и профсоюзное движение.
13. Реорганизационные процессы и оптимизация ресурсов.
14. Мотивация и стимулирование как инструменты маркетинга персонала.
15. Процесс формирования лояльности персонала к компании и ее корпоративной культуре.
16. Маркетинг персонала: отраслевая специфика.
17. Маркетинг персонала: национальная специфика.
18. Маркетинг персонала на разных стадиях экономического цикла.

Оценивание самостоятельной работы осуществляется путем проверки записей в рабочих тетрадях с использованием следующих критериев, которые приведены в Таблице 2

Критерии оценки самостоятельной работы

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Уровни освоения компетенции		
		пороговый («удовлетворительно»)	продвинутый («хорошо»)	высокий («отлично»)
Выполнение заданий	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающихся и позволяющий <u>оценивать уровень усвоения ими учебного материала</u>	студент воспроизводит термины и основные понятия, их определения, объясняет события и явления на основе имеющихся знаний, владеет методологией учебной дисциплины	студент сопоставляет факты, события, явления выявляет взаимосвязь между ними на основе имеющихся теоретических знаний и практических умений, умеет выделять главное и второстепенное	студент владеет системным подходом объяснения происходящих событий и явлений, разрабатывает новые пути решения поставленных задач, оценивает полученные результаты, свою работу

## **Методические рекомендации по выполнению контрольной работы, включая перечень тем по дисциплине «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА»**

В процессе изучения курса «Маркетинг персонала» студенты должны выполнить контрольную работу, которая состоит в полном раскрытии одного из теоретических вопросов, предусмотренных рабочей учебной программой.

Перед написанием контрольной работы необходимо изучить основную и дополнительную литературу, указанную в рабочей учебной программе.

После изучения соответствующих источников студенту необходимо самостоятельно изложить теоретический вопрос контрольной работы. Недопустимым считается дословное списывание текста из учебников, учебных пособий и статей т.п. Если в тексте указываются цитаты или статистический материал (данные и таблицы), то необходимо сделать ссылку на источник и номер страницы источника. Обычно источник указывается подстрочно (внизу страницы).

Примеры оформления ссылок:

На книгу: Иванова С. Поиск и оценка линейного персонала: повышение эффективности и снижение затрат/ С. Иванова. - М. : Альпина Паблишер, 2016.— 129 с.

На журнал: Сутормина А. Проблемы социально-экономического развития РФ // Российский экономический журнал. – 2015. - № 11-12. - С. 71.

Контрольная работа включает в себя: титульный лист (приложение 1), содержание, введение, основная часть, заключение. В контрольной работе должен быть представлен список использованной литературы, включающий в себя учебники и учебные пособия, а также периодические издания по экономике.

Контрольная работа представляется в машинописном виде. Шрифт TimesNewRoman, размер шрифта 14, межстрочный интервал 1,5, формат

листа А4. Объем контрольной работы составляет порядка 20 страниц. Графики рисуются средствами Word.

Страницы контрольной работы должны быть пронумерованы. Номер страницы проставляется вверху листа по центру. На титульном листе и содержании номера страниц не проставляются.

Контрольная работа должна быть выполнена в полном объеме и представляется студентом на кафедру экономических дисциплин не позднее 2-х недель до дня сдачи экзамена или зачета. При правильном выполнении задания студент допускается к защите контрольной работы, которая проводится в форме собеседования. К экзаменам (зачетам) допускаются только студенты, имеющие зачетные контрольные работы.

Контрольная работа состоит из вариантов, которые определяются в зависимости от последней цифры шифра (номера зачетной книжки студента).

### **Темы контрольных работ**

1. Информационная функция маркетинга персонала.
2. Исследование внешней среды организации с позиции маркетинга персонала.
3. Исследование внутренней среды организации с позиции маркетинга персонала.
4. Изучение рынка труда как инструмент маркетинга персонала.
5. Изучение имиджа организации как работодателя.
6. Коммуникационная функция маркетинга персонала.
7. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
8. Внутриорганизационные связи в маркетинге персонала.
9. Основные этапы реализации технологии маркетинга персонала
10. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
11. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.

12. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
13. Определение целевых позиций на рынке труда.
14. Оценка эффективности маркетинга персонала.
15. Управление корпоративной культурой и поведением персонала.
16. Определение потребности в персонале: качественные и количественные показатели.
17. Нормирование труда как метод планирования потребности в персонале.
18. Программы формирования и поддержки лояльности персонала.
19. Значение маркетинга персонала в государственном и муниципальном управлении.
20. Адаптация и социализация государственных служащих.
21. Основные этапы построения системы отбора кадров на государственную службу.
22. Принципы и критерии отбора персонала на государственную службу.
23. Замещение и способы оценки государственных служащих.
24. Кадровый резерв: сущность и значение.
25. Понятие, функции имиджа организации.
26. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
27. Модели, формирующие имидж организации.



**Институт законовeдения и управления ВПА**

**Кафедра менеджмента, управления персоналом и экономики**

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

**по дисциплине**

**Маркетинг персонала**

Тема: «Изучение рынка труда как инструмент маркетинга персонала»

Выполнил  
Студент группы 2114  
заочной формы обучения  
Направление: «Управление персоналом»  
Ф.И.О. Подшибякин А.Н.

Проверил  
Преподаватель: к.э.н. Калинина О.Е.  
Оценка (зачтено\незачтено) \_\_\_\_\_  
Подпись преподавателя \_\_\_\_\_

Тула 201\_\_ г.

## **Перечень вопросов для подготовки к экзамену по дисциплине «Маркетинг персонала»**

1. Сущность и принципы маркетинга персонала.
2. Стратегический и оперативный уровни маркетинга персонала.
3. Внешний и внутренний маркетинг персонала.
4. Целевой маркетинг персонала.
5. Этапы развития маркетинга персонала.
6. Немецкая школа развития маркетинга персонала.
7. Американская школа развития маркетинга персонала.
8. Эволюция концепции внутреннего маркетинга в области персонала.
9. Информационная функция маркетинга персонала.
10. Исследование внешней среды организации с позиции маркетинга персонала.
11. Исследование внутренней среды организации с позиции маркетинга персонала.
12. Изучение рынка труда как инструмент маркетинга персонала.
13. Изучение имиджа организации как работодателя.
14. Коммуникационная функция маркетинга персонала.
15. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
16. Внутриорганизационные связи в маркетинге персонала.
17. Основные этапы реализации технологии маркетинга персонала
18. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
19. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
20. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
21. Определение целевых позиций на рынке труда.
22. Оценка эффективности маркетинга персонала.
23. Управление корпоративной культурой и поведением персонала.
24. Определение потребности в персонале: качественные и количественные показатели.
25. Нормирование труда как метод планирования потребности в персонале.
26. Программы формирования и поддержки лояльности персонала.
27. Значение маркетинга персонала в государственном и муниципальном управлении.
28. Адаптация и социализация государственных служащих.
29. Основные этапы построения системы отбора кадров на государственную службу.
30. Принципы и критерии отбора персонала на государственную службу.
31. Замещение и способы оценки государственных служащих.
32. Кадровый резерв: сущность и значение.

33. Понятие, функции имиджа организации.
34. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
35. Модели, формирующие имидж организации.
36. Операционный HR-менеджмент.
37. Стратегический HR-менеджмент.
38. Персонал-имидж как элемент маркетинга персонала.
39. Принципы формирования положительного имиджа работодателя.
40. Управление корпоративной культурой и поведением персонала.

*Методические и иные материалы по дисциплине «Маркетинг персонала» утверждены на заседании кафедры менеджмента, управления персоналом и экономики (секции управления персоналом) 24 августа 2017 г.*

*(Протокол заседания кафедры № 1).*