

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Наумова Наталия Александровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41  
Уникальный программный ключ:  
6b5279da4e034bffa79172803da5b7b5596c9k2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области  
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(МГОУ)

Факультет психологии

Кафедра психологии труда и организационной психологии

Согласовано управлением организации и  
контроля качества образовательной  
деятельности

« 24 » марта 2022 г.

Начальник управления

/Р.В. Самолетов/

Одобрено учебно-методическим советом

Протокол « 27 » января 2022 г. № 03

Председатель

А.А. Миненкова/



**Рабочая программа дисциплины**

Маркетинг персонала

**Направление подготовки**

37.04.01 Психология

**Программа подготовки:**

Психология управления персоналом (HR)

**Квалификация**

Магистр

**Форма обучения**

Очно-заочная

Согласовано учебно-методической комиссией  
факультета психологии

Протокол «21» февраля 2022 г. №7

Председатель УМКом

/Т.Н. Мельников/

Рекомендовано кафедрой психологии  
труда и организационной психологии

Протокол от «27» января 2022 г. № 9

Зав. кафедрой

/Е.М. Климова/

Мытищи

2022

Автор-составитель:  
Поляков А.С. кандидат психологических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг персонала» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 37.04.01 Психология, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 29.07.20 г. №841.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является элективной дисциплиной.

Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Планируемые результаты обучения                                                        | 4  |
| 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы                                 | 4  |
| 3. Объем и содержание дисциплины                                                          | 4  |
| 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся                     | 5  |
| 5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине | 7  |
| 6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины                                 | 13 |
| 7. Методические указания по освоению дисциплины                                           | 14 |
| 8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине    | 14 |
| 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины                                         | 14 |

## 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

**Цель освоения дисциплины:** получение знаний по функционированию внешней и внутренней маркетинговой (в области персонала) среды организации, а также использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала.

**Задачи дисциплины:**

- изучить функции и технологии маркетинга персонала;
- изучить нормативно-правовые оснований маркетинга персонала в организации;
- получить практические навыки маркетинга персонала в организации и подготовке рекомендаций по совершенствованию системы управления персоналом экономического субъекта;
- развивать профессионально важные качества и способности будущего менеджера по персоналу.

### 1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

СПК-2. Способен осуществлять деятельность по обеспечению, оценки и аттестации персонала в организации

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является элективной дисциплиной.

Изучение данной дисциплины формирует у студентов комплекс знаний, умений и навыков по основным понятиям и терминам, характеризующими различные виды маркетинга персонала, принципы и механизмы функционирования маркетинговых управленческих систем в организациях.

Дисциплина изучается, в сочетании с такими дисциплинами как «Методологические и методические проблемы кадрового менеджмента», «Рынок труда и занятость населения», «Кадровое делопроизводство», «Экономика управления персоналом».

## 3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Объем дисциплины

| Показатель объема дисциплины                 | Форма обучения         |
|----------------------------------------------|------------------------|
|                                              | Очно-заочная           |
| Объем дисциплины в зачетных единицах         | 3                      |
| Объем дисциплины в часах                     | 108 (108) <sup>1</sup> |
| Контактная работа:                           | 24.2                   |
| Лекции                                       | 8                      |
| Практические занятия                         | 16                     |
| Контактные часы на промежуточную аттестацию: | 0.2                    |
| Зачет                                        | 0.2                    |
| Самостоятельная работа                       | 76                     |
| Контроль                                     | 7.8                    |

Форма промежуточной аттестации: зачет в 4 семестре на 2 курсе.

<sup>1</sup> Реализуются в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

### 3.2.Содержание дисциплины

#### Очно-заочная форма обучения

| Наименование разделов (тем)<br>Дисциплины с кратким содержанием                | Кол-во часов   |                      |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------|
|                                                                                | Лекции         | Практические занятия |
| Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды    | 2              | 4                    |
| Тема 2. Функции маркетинга персонала                                           |                | 4                    |
| Тема 3. Технология маркетинга персонала                                        | 2              | 4                    |
| Тема 4. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала           | 2              | 2                    |
| Тема 5. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала | 2              | 2                    |
| Итого                                                                          | 8 <sup>2</sup> | 16 <sup>3</sup>      |

#### 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

| Темы для самостоятельного изучения                                          | Изучаемые проблемы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Кол-во часов | Формы самостоятельно й работы                                                                        | Методическое обеспечение                            | Формы отчетности                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды | Предпосылки возникновения маркетинга персонала. Система ценностей по отношению к труду. Этапы развития маркетинга персонала. Модели маркетинга персонала, разработанные Л. Берри, К. Грэнруса, П. Ахмеда и М. Рафика, И.Н. Лингса, М. Бруна, Ж.-П. Флипо. Современная интерпретация маркетинга персонала. Преимущества и недостатки использования технологии маркетинга персонала на предприятии | 14           | Подготовка к устному опросу, подготовка аннотации текста, подготовка доклада, подготовка презентации | Учебно-методическое обеспечение, интернет-источники | Устный опрос, аннотация текста, доклад, презентация |
| Тема 2. Функции маркетинга                                                  | Информационная функция маркетинга персонала: исследование внешней и                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 14           | Подготовка к устному опросу, подготовка                                                              | Учебно-методическое обеспечение,                    | Устный опрос, аннотация                             |

<sup>2</sup> Реализуются в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

<sup>3</sup> Реализуются в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

|                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |    |                                                                                                      |                                                     |                                                     |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| персонала                                                            | внутренней среды организации. Аналитическая функция – методы анализа маркетинговой информации. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала. Коммуникационная функция. Мероприятия по формированию внутренних связей организации. Методы работы с общественностью. Интеллектуальная функция маркетинга персонала.                                                                                                                                   |    | аннотации текста, подготовка доклада, подготовка презентации                                         | интернет-источники                                  | текста, доклад, презентация                         |
| Тема 3. Технология маркетинга персонала                              | Разработка профессиональных требований к персоналу. Требования к персоналу и запросы к работодателю. Определение качественной и количественной потребности в персонале. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала. Выбор источников (внешние/внутренние) и путей покрытия (пассивные/активные) потребности в персонале.                                                                                                                                 | 16 | Подготовка к устному опросу, подготовка аннотации текста, подготовка доклада, подготовка презентации | Учебно-методическое обеспечение, интернет-источники | Устный опрос, аннотация текста, доклад, презентация |
| Тема 4. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала | Выявление поля интересов предприятия на рынке рабочей силы. Вербовка. Процедура отбора. Эффективность службы персонала по поиску новых сотрудников. Маркетинговые концепции управления персоналом. Зарубежный опыт использования маркетинга персонала. Кадровая политика: понятие и виды. Экономические интересы кадровой политики организации. Основные направления кадровой политики организации. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации. Стратегия | 16 | Подготовка к устному опросу, подготовка аннотации текста, подготовка доклада, подготовка презентации | Учебно-методическое обеспечение, интернет-источники | Устный опрос, аннотация текста, доклад, презентация |

|                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                       |                                                                                                      |                                                     |                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
|                                                                                | управления маркетингом персонала. Функции отдела маркетинга персонала на предприятии.                                                                                                                                                                                                                      |                       |                                                                                                      |                                                     |                                                     |
| Тема 5. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала | Клиентоориентированный подход к организации. Стратегия управления отношениями с клиентами (CRM). Опыт использования стратегии CRM на российских предприятиях. Клиентоориентированность персонала: основные элементы, виды. Определение понятий «потребитель» и «клиент». Контактные аудитории организации. | 16                    | Подготовка к устному опросу, подготовка аннотации текста, подготовка доклада, подготовка презентации | Учебно-методическое обеспечение, интернет-источники | Устный опрос, аннотация текста, доклад, презентация |
| <b>Итого</b>                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>76<sup>4</sup></b> |                                                                                                      |                                                     |                                                     |

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

| Код и наименование компетенции                                                                        | Этапы формирования                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла                                 | 1. Работа на учебных занятиях<br>2. Самостоятельная работа |
| СПК-2. Способен осуществлять деятельность по обеспечению, оценки и аттестации персонала в организации | 1. Работа на учебных занятиях<br>2. Самостоятельная работа |

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

| Оцениваемые компетенции | Уровень сформированности | Этап формирования                                          | Описание показателей                                                                                                                                         | Критерии оценивания                                 | Шкала оценивания                                                                                               |
|-------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-2                    | Пороговый                | 1. Работа на учебных занятиях<br>2. Самостоятельная работа | <b>знать:</b><br>- направления и основные этапы маркетинговой деятельности в области персонала<br><b>уметь:</b><br>- разрабатывать план маркетинга персонала | Устный опрос, аннотация текста, доклад, презентация | Шкала оценивания устного опроса, шкала оценивания аннотации текста, шкала оценивания доклада, шкала оценивания |

<sup>4</sup> Реализуются в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

|       |                 |                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                    |                                                                                                                                                                         |
|-------|-----------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                 |                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                    | презентаци<br>и .                                                                                                                                                       |
|       | Продвинут<br>ый | 1. Работа на учебных<br>занятиях<br>2. Самостоятельная работа | <b>знать:</b><br>- направления и основные этапы<br>маркетинговой деятельности в<br>области персонала<br><b>уметь:</b><br>- разрабатывать план маркетинга<br>персонала<br><b>владеть:</b><br>- навыками разработки системы<br>маркетинга персонала,<br>включающей в себя<br>формулировку целей, задач,<br>определения её места в<br>организационной структуре и<br>кадровой политике | Устный<br>опрос,<br>аннотация<br>текста,<br>доклад,<br>презентация | Шкала<br>оценивания<br>устного<br>опроса,<br>шкала<br>оценивания<br>аннотации<br>текста,<br>шкала<br>оценивания<br>доклада,<br>шкала<br>оценивания<br>презентаци<br>и . |
| СПК-2 | Пороговый       | 1. Работа на учебных<br>занятиях<br>2. Самостоятельная работа | <b>знать:</b><br>- методики оценки<br>эффективности маркетинга<br>персонала<br><b>уметь:</b><br>- оценивать положение<br>организации на рынке труда,<br>разрабатывать систему<br>мероприятий по улучшению<br>имиджа организации как<br>работодателя                                                                                                                                 | Устный<br>опрос,<br>аннотация<br>текста,<br>доклад,<br>презентация | Шкала<br>оценивания<br>устного<br>опроса,<br>шкала<br>оценивания<br>аннотации<br>текста,<br>шкала<br>оценивания<br>доклада,<br>шкала<br>оценивания<br>презентаци<br>и . |
|       | Продвинут<br>ый | 1. Работа на учебных<br>занятиях<br>2. Самостоятельная работа | <b>знать:</b><br>- методики оценки<br>эффективности маркетинга<br>персонала<br><b>уметь:</b><br>- оценивать положение<br>организации на рынке труда,<br>разрабатывать систему<br>мероприятий по улучшению<br>имиджа организации как<br>работодателя<br><b>владеть:</b><br>- технологиями повышения<br>эффективности маркетинга<br>персонала на предприятии                          | Устный<br>опрос,<br>аннотация<br>текста,<br>доклад,<br>презентация | Шкала<br>оценивания<br>устного<br>опроса,<br>шкала<br>оценивания<br>аннотации<br>текста,<br>шкала<br>оценивания<br>доклада,<br>шкала<br>оценивания<br>презентаци<br>и . |

### Шкала оценивания устного опроса

| Уровень оценивания | Критерии оценивания                     | Баллы |
|--------------------|-----------------------------------------|-------|
| Устный опрос       | Свободное владение материалом           | 5     |
|                    | Достаточное усвоение материала          | 4     |
|                    | Поверхностное усвоение материала        | 3     |
|                    | Неудовлетворительное усвоение материала | 2     |

### Шкала оценивания аннотации текста

| Уровень оценивания | Критерии оценивания                                                                                                                                                                               | Баллы |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Аннотация текста   | Точность в выявлении основных идей автора; показана значимость реализации данной идеи, подхода; художественная выразительность изложения; логичность изложения; аннотация сдана в срок            | 10    |
|                    | Точность в выявлении основных идей автора; показана значимость реализации данной идеи, подхода; отсутствуют логичность и художественная выразительность изложения; аннотация сдана в срок         | 7     |
|                    | Точность в выявлении основных идей автора; не показана значимость реализации данной идеи, подхода; отсутствуют логичность и художественная выразительность изложения; аннотация сдана в срок      | 4     |
|                    | Неточность в выявлении основных идей автора; не показана значимость реализации данной идеи, подхода; отсутствуют логичность и художественная выразительность изложения; аннотация не сдана в срок | 0     |

### Шкала оценивания доклада

| Уровень оценивания | Критерии оценивания                                                                                                                                                              | Баллы |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Доклад             | Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; грамотность и полнота использования источников; грамотность речи и владение текстом доклада                  | 10    |
|                    | Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада                | 7     |
|                    | Соответствие содержания теме доклада; не достаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада | 4     |
|                    | Несоответствие содержания теме доклада; не достаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; недостаточное владение текстом доклада    | 0     |

### Шкала оценивания презентации

| Уровень оценивания | Критерии оценивания                                                                              | Баллы |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Презентация        | Соответствие содержания теме; правильная структурированность информации; эстетичность оформления | 10    |
|                    | Соответствие содержания теме; правильная структурированность информации; недостаточная           | 7     |

|  |                                                                                                       |   |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|  | эстетичность в оформлении                                                                             |   |
|  | Соответствие содержания теме; отсутствует структурированность информации; эстетичность в оформлении   | 4 |
|  | Несоответствие содержания теме; отсутствует структурированность информации; эстетичность в оформлении | 0 |

### **5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **Примерный перечень заданий для устных опросов**

1. Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга персонала.
2. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный.
3. Внешний и внутренний маркетинг персонала.
4. Этапы развития маркетинга персонала
5. Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала.
6. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
7. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
8. Составные части имиджа организации и факторы его формирования,
9. Способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.
10. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала,
11. Виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала.
12. Содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала
13. Способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда,
14. Оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала

#### **Примерная тематика презентаций**

1. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом.
2. Подход Ф. Котлера.
3. Подход А.Я. Кибанова.
4. Подход Б.Ю. Сербиновского.
5. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.
6. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.
7. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
8. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
9. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.
10. Анализ основных конкурентов.
11. Изучение имиджа
12. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.

#### **Примерная тематика докладов**

1. Кадровый потенциал организации.

2. Проблема безработицы и открытых вакансий на рынке труда.
3. Взаимодействие организации работодателя с отраслевым рынком труда.
4. Статистика о состоянии рынка труда.
5. Развитие кадрового потенциала территории.
- 6 Аналитические инструменты маркетинга персонала.
7. Организация деятельности службы управления персоналом по реализации маркетинговых функций.
8. Сравнительный анализ подходов к управлению человеческими ресурсами
9. Стратегические решения в области управления человеческими ресурсами
10. Реализация функции планирования в управлении человеческими ресурсами

### **Примерные вопросы к зачету**

1. Сущность маркетинга персонала в деятельности организации.
2. Функции маркетинга персонала в кадровой политике организации
3. Маркетинговая концепция управления персоналом.
4. Товар «рабочая сила» в системе маркетинга.
5. Роль, значение, цели и условия для маркетинга на рынке труда.
6. Маркетинговые исследования рынка труда.
7. Позиционирование товара «рабочая сила»
8. Предмет анализа при изучении внешнего и внутреннего рынка труда.
9. Целевые группы, выделяющиеся при сегментировании рынка труда.
10. Планирование и прогнозирование потребности в персонале. Этапы планирования потребности в персонале.
11. Сущность понятия «качественная потребность в персонале».
12. Методы расчета количественной потребности в персонале основывающиеся на данных трудоемкости работ.
13. Методы прогнозирования потребности в персонале.
14. Сущность и структура показателя «расходы на персонал».
15. Маркетинговое управление персоналом. Баланс рабочей силы и рабочих мест.
16. Сущность и значение планирования производительности труда. Основные последствия ускорения (замедления) роста производительности труда.
17. Виды норм для расчета численности рабочих.
18. Виды норм для расчета численности управленческого персонала.
19. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
20. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала.
21. Роль и значение аттестации персонала в организации кадровой работы
22. Опыт США в области создания оценочных центров и особенности их создания в России
23. Повышение квалификации как форма обучения персонала
24. Коучинг как форма развивающего обучения
25. Правовое регулирование трудовых отношений
26. Управление текучестью персонала на современных предприятиях: анализ и обобщение опыта
27. Управление изменениями положения работника в организации
28. Композиция и структуризация как направления организационного проектирования
29. Централизация и децентрализация управленческих процессов: сравнительный анализ практики российских предприятий
30. Должность как первичный элемент в структуре управления организацией

#### **5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Основными формами текущего контроля являются оценка участие в устных опросах, аннотирование текстов, подготовка докладов и презентаций.

Доклад – публичное сообщение на определенную тему, в процессе подготовки которого студент использует те или иные навыки исследовательской работы. Подготовка докладов предполагается по содержащимся в рабочей программе дисциплины темам.

Аннотирование текста (аннотация – краткая характеристика текста, книги, статьи, раскрывающая содержание). Фиксируются основные проблемы, затронутые в тексте, мнения, оценки, выводы автора.

Презентация – форма текущего контроля, где, кроме умения работать с информацией, используются практические навыки по наглядному пространственному ее отображению.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет проводится устно по вопросам.

##### **Шкала оценивания зачета**

| Баллы | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 20-17 | Магистрант прочно усвоил предусмотренный программный материал; правильно и аргументировано ответил на все вопросы с приведением примеров; показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников; теорию связывает с практикой, другими темами данного курса. |
| 16-13 | Магистрант прочно усвоил предусмотренный программный материал; но не всегда аргументировано отвечал на вопросы с приведением примеров; показал систематизированные знания, не всегда владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников; теорию связывает с практикой, другими темами данного курса.   |
| 12-8  | Магистрант не достаточно прочно усвоил предусмотренный программный материал; но не всегда аргументировано отвечал на вопросы с приведением примеров; показал недостаточно систематизированные знания, не всегда владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников; не связывает теорию с практикой.   |
| 7-0   | Магистрант не усвоил предусмотренный программный материал; не ответил на большинство вопросов преподавателя, не связывает теорию с практикой.                                                                                                                                                                                 |

##### **Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины**

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

| Количество баллов | Оценка по традиционной шкале |
|-------------------|------------------------------|
| 81-100            | Зачтено                      |
| 61-80             | Зачтено                      |
| 41-60             | Зачтено                      |
| 0-40              | Не зачтено                   |

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Основная литература**

1. Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов . — Москва : Юрайт, 2022. — 321 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/496884>
2. Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, В. В. Павлова, А. В. Петропавловская. — 3-е изд. — Москва : Юрайт, 2021. — 575 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/477357>
3. Шапиро, С.А. Маркетинг персонала : учеб.пособие для вузов / С. А. Шапиро, Е. К. Самраилова, Н. А. Говорова. - М. : Кнорус, 2018. - 228с. – Текст: непосредственный.

### **6.2.Дополнительная литература**

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2021. — 304 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/470338>
2. Делятицкая, А. В. Маркетинг : учеб. пособие / А. В. Делятицкая, А. В. Косова. — Москва : Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 с. — Текст : электронный. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65864.html>
3. Маслова, В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов . — 4-е изд. — Москва : Юрайт, 2020. — 431 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/449289>
4. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник для вузов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 384 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110951.html>
5. Пономарева, Т. Н. Маркетинг персонала: учеб. пособие / Т. Н. Пономарева, Н. В. Дубино, М. С. Старикова. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2017. — 153 с. — Текст : электронный. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80420.html>
6. Управление персоналом организации: учебник /под ред. Кибанов А.Я. - 4-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 695 с. – Текст: электронный. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=551362>

### **6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Википедия — свободная энциклопедия. — URL: <http://ru.wikipedia.org>.
2. Поисковые системы. URL: <http://www.google.ru/>, <http://www.yandex.ru/> и др.
3. Электронная гуманитарная библиотека. — URL: <http://www.gumfak.ru>.
4. Портал психологических изданий Psyjournals — URL: <http://psyjournals.ru>.
5. Российская психология: информационно\_аналитический портал — URL: <http://rospsy.ru>.
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU — URL: <http://elibrary.ru>.
7. Материалы по психологии – <http://psychology-online.net>
8. Электронная библиотека — URL: <http://www.twirpx.com/files/>

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Методические рекомендации к практическим и лабораторным занятиям;
2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы.

## **8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Лицензионное программное обеспечение:**

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

### **Информационные справочные системы:**

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

### **Профессиональные базы данных**

[fgosvo.ru](http://fgosvo.ru) – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования

[pravo.gov.ru](http://pravo.gov.ru) - Официальный интернет-портал правовой информации

[www.edu.ru](http://www.edu.ru) – Федеральный портал Российское образование

### **Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства**

ОМС Плеер (для воспроизведения Электронных Учебных Модулей)

7-zip

Google Chrome

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием;
- помещения для самостоятельной работы, укомплектованные учебной мебелью, персональными компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду МГОУ;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные мебелью (шкафы/стеллажи), наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями.