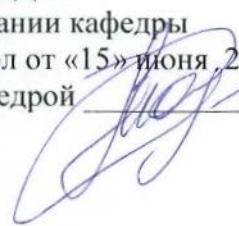


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Наумова Наталия Александровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 24.10.2024 14:22:41  
Уникальный программный ключ:  
6b5279da4e034bff679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(МГОУ)

Экономический факультет  
Кафедра управления организацией

УТВЕРЖДЕН  
на заседании кафедры  
Протокол от «15» июня 2021 г. № 14  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Т.И. Власова



**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**По учебной дисциплине**  
Маркетинг персонала и формирование HR-бренда

**Направление подготовки**  
38.04.02 Менеджмент

**Программа подготовки**  
Кадровый менеджмент

**Квалификация**  
Магистр

**Форма обучения**  
Заочная

Мытищи  
2021

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

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

| Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Этапы формирования                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| ДПК-3                      Способен                      оценивать<br>кадровый потенциал персонала и организации в целом; определять направления и формулировать задачи по развитию персонала; планировать деятельность и разрабатывать мероприятия по управлению персоналом с учетом стратегических и операционных целей организации, в т.ч. с учетом кадровых рисков | 1. Работа на учебных занятиях<br>2. Самостоятельная работа |

**.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                                             |
|-------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------|
| ДПК-3                   | Пороговый                | 1. Работа на учебных занятиях<br>2. Самостоятельная работа | <b>Знать:</b> методы организации реализации утвержденных планов деятельности медицинской организации<br><b>Уметь:</b> использовать методы организации реализации утвержденных планов деятельности медицинской организации                                                                                     | Устный опрос<br>Реферат | Шкала оценивания реферата<br>Шкала оценивания устного опроса |
|                         | Продвинутый              | 1. Работа на учебных занятиях<br>2. Самостоятельная работа | <b>Знать:</b> методы организации реализации утвержденных планов деятельности медицинской организации<br><b>Уметь:</b> использовать методы организации реализации утвержденных планов деятельности медицинской<br><b>Владеть:</b> методами организации реализации утвержденных планов деятельности медицинской | Устный опрос<br>Реферат | Шкала оценивания реферата<br>Шкала оценивания устного опроса |

**Шкала оценивания устного опроса студентов**

| Критерии оценивания                     | Баллы |
|-----------------------------------------|-------|
| Свободное владение материалом           | 5     |
| Достаточное усвоение материала          | 3     |
| Поверхностное усвоение материала        | 1     |
| Неудовлетворительное усвоение материала | 0     |

**Шкала оценивания реферата**

| Критерии оценивания | Баллы |
|---------------------|-------|
|---------------------|-------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Тема исследования актуальная, содержание реферата соответствует теме, оформление соответствует методическим рекомендациям; знание учащимся изложенного в реферате материала, умение грамотно и аргументировано изложить суть проблемы; присутствие личной заинтересованности в раскрываемой теме, демонстрировать собственную точку зрения, аргументы и комментарии, выводы; умение свободно беседовать по любому пункту плана, отвечать на вопросы по теме реферата; умение анализировать фактический материал и статистические данные, использованные при написании реферата. | 20 |
| Тема исследования актуальна; есть незначительные замечания по оформлению реферата; у обучающегося возникают трудности при ответе на вопросы по теме реферата и формулировке сути рассматриваемой проблемы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 15 |
| Тема реферата раскрыта недостаточно полно; есть существенные замечания по оформлению реферата; затруднения в изложении, аргументировании; студент не может ответить на вопросы по теме реферата; отсутствие личной заинтересованности в рассматриваемой теме.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 5  |
| Тема реферата не актуальная; оформление реферата не соответствует предъявляемым требованиям; не раскрыта суть рассматриваемой проблемы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0  |

### **1.3. 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**

#### ***Примерная тематика рефератов:***

- Современные концепции маркетинга персонала, основные подходы к их трактовке.
- Сходства и различия между маркетингом товаров (услуг) и маркетингом персонала.
- Влияние маркетинга персонала на принципы кадровой политики организации.
- Различные подходы к классификации и содержанию требований к персоналу.
- Актуальные требования (запросы) к работодателю со стороны сотрудников организации.
- Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю.
- Проблемы формирования трудового потенциала организации.
- Измерение имиджа организации в маркетинге персонала.
- Проблемы позиционирования организации на рынке труда.
- Уникальные стратегии маркетинга персонала: лучшие кейсы.
- Индивидуальные и групповые каналы коммуникации в маркетинге персонала.
- Проблемы ценообразования приобретения и использования персонала.
- Различные подходы к организации процессов маркетинга персонала.

#### ***Примерные вопросы к опросу:***

**Какие субъекты выступают в качестве главных сторон трудовых отношений:**

1. посреднические фирмы по найму персонала;
2. организации-работодатели;
3. первый и второй варианты;
4. государственные службы занятости;
5. сотрудники организации;
6. первый и пятый варианты;
7. второй и пятый варианты.

**Предметом товарных отношений в маркетинге персонала являются:**

1. заработная плата сотрудников;
2. рабочее место, включающее в себя всю совокупность производственных и

- социальных условий труда;
3. первый и второй варианты;
  4. продукция предприятия;
  5. второй и четвертый варианты;
  6. трудовой потенциал сотрудников;
  7. второй и шестой варианты.

**Понятие «маркетинга персонала» можно трактовать как:**

1. вид деятельности, направленный на достижение оптимального соответствия между спросом и предложением рабочей силы с целью удовлетворения потребности в труде всех субъектов трудовых отношений;
2. систему обмена сведениями, позволяющую специалистам по управлению персоналом анализировать, планировать и реализовывать маркетинговые мероприятия;
3. вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей сторон в процессе их трудовых отношений путем эквивалентного обмена в различных формах;
4. процесс разбивки предложения рабочей силы и спроса на нее на группы, выражающие совокупности, которые одинаково реагируют на один и тот же побудительный мотив занятости;
5. совокупность целей, задач и принципов, определяющих тактику и стратегию управления персоналом.

**Состав функций маркетинга персонала включает в себя:**

1. организационно-технологическую функцию;
2. координационную функцию;
3. информационную функцию;
4. второй и третий варианты;
5. первый и второй варианты;
6. коммуникационную функцию;
7. третий и шестой варианты.

**К источникам маркетинговой информации по персоналу можно отнести:**

1. учебные программы и планы выпуска специалистов в учебных заведениях;
2. специализированные журналы и специальные издания, посвященные вопросам трудоустройства, а также общим проблемам управления персоналом;
3. рекламные материалы других организаций, в особенности организаций-конкурентов;
4. электронные сайты специализированных печатных изданий и посреднических фирм по найму персонала (кадровых агентств, рекрутинговых компаний и т.п.);
5. аналитические материалы по изучению требований, предъявляемых к должностям и рабочим местам, а также по изучению содержания труда на рабочих местах;

6. все перечисленные варианты;
7. все перечисленные варианты, кроме пятого.

**В качестве частной задачи информационной функции маркетинга персонала не рассматривается:**

1. изучение требований, предъявляемых к должностям и рабочим местам;
2. анализ запросов и предпочтений потенциальных сотрудников;
3. исследование внешней и внутренней среды организации;
4. планирование количественной потребности в персонале;
5. исследование рынка труда;
6. изучение имиджа организации как работодателя.

**Для анализа запросов и предпочтений потенциальных сотрудников используются:**

1. опрос целевых групп потенциальных соискателей на систематической основе;
2. составление статистики, дифференцированной по основным факторам текучести кадров, потерь рабочего времени и т.п.;
3. выявление мнений объектов–посредников на рынке труда (фирм по подбору персонала, консультантов кадровых центров, служб занятости и т.п.);
4. опрос сотрудников организации о соответствии их ожиданий реальным проявлениям имиджа работодателя.

**Из нижеперечисленных вариантов выберите еще один, который можно включить в состав указанных ранее методов:**

1. разработка описаний должностей (должностных инструкций),
2. построение структурных и информационных взаимосвязей должности или рабочего места;
3. разработка спецификаций должностей, отражающих личностные характеристики, необходимые для работы, сведения об общем и специальном образовании, навыках и стажу работы, необходимых знаниях;
4. опрос соискателей (в форме анкетирования или собеседования) об их представлениях и ожиданиях с точки зрения позитивного имиджа работодателя на рынке труда.

**К внешним факторам маркетинговой среды организации не относится:**

1. общеэкономическая ситуация и состояние отрасли деятельности;
2. финансовое положение организации;
3. развитие технологии;
4. кадровая политика предприятий-конкурентов;
5. развитие законодательства.

**Видами критериев сегментирования рынка труда являются:**

1. географический;
2. демографический;

3. экономический;
4. технологический;
5. психографический;
6. поведенческий;
7. все перечисленные варианты;
8. все перечисленные варианты, кроме третьего;
9. все перечисленные варианты, кроме четвертого;
10. все перечисленные варианты, кроме шестого.

**В качестве внешних источников покрытия потребности в персонале можно выделить следующие:**

1. учебные заведения различных ступеней и уровней подготовки;
2. коммерческие учебные центры;
3. посреднические фирмы по подбору персонала (кадровые агентства, рекрутинговые компании и т.п.);
4. центры обеспечения занятости (биржи труда);
5. профессиональные ассоциации и объединения;
6. свободный рынок труда.

**Выберите из нижеприведенного перечня дополнительный источник покрытия потребности в персонале:**

1. выставки, конференции, семинары;
2. экономические публикации в газетах;
3. рекламные материалы других организаций;
4. родственные организации;
5. презентации фирм.

**Под сегментированием рынка труда понимается:**

1. утверждение, согласно которому одним из важнейших условий достижения целей организации выступает четкое определение требований к персоналу, его социальных потребностей в процессе профессиональной деятельности и обеспечение удовлетворения этих требований и потребностей более эффективными, чем у конкурентов, способами;
2. система мер по обеспечению трудовому потенциалу человека, с одной стороны, или организации – работодателю, с другой стороны, конкурентоспособного положения на рынке;
3. процесс разбивки предложения рабочей силы и спроса на нее на группы, выражающие совокупности, которые одинаково реагируют на один и тот же побудительный мотив занятости;
4. способы приобретения персонала у определенного источника покрытия кадровой потребности;
5. система обмена сведениями, позволяющая специалистам по маркетингу персонала анализировать, планировать и реализовывать маркетинговые мероприятия.



### **Список вопросов к экзамену.**

1. Предпосылки формирования маркетингового подхода в управлении персоналом
2. Сущность маркетинга персонала (определение, широкий и узкий подходы, объекты и субъекты маркетинга персонала).
3. Концепции, лежащие в основе маркетинга персонала
4. Концепция традиционного маркетинга.
5. Концепция рынка труда. Концепция маркетинга рабочей силы
6. Стратегические и тактические аспекты маркетинга персонала
7. Внешний и внутренний маркетинг персонала
8. Факторы маркетинговой среды
9. Этапы реализации технологии маркетинга персонала
10. Маркетинговый подход к решению задач отбора персонала в организации.
11. Взаимосвязь качественной и количественной потребности в персонале.
12. Источники и пути покрытия потребности в персонале.
13. Основные методы определения количественной потребности в персонале
14. Формирование требований к персоналу со стороны организации.
15. Требования (запросы) к работодателю со стороны потенциальных и действующих сотрудников организации
16. Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю
17. Сущность имиджа организации-работодателя.
18. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
19. Структура имиджа организации-работодателя на рынке труда
20. Этапы управления имиджем организации-работодателя на рынке труда
21. Методы, используемые на информационном этапе процесса формирования имиджа организации-работодателя
22. PR-деятельности для формирования имиджа организации на рынке труда
23. Реклама рабочих мест
24. Этапы процесса реализации маркетинга персонала.
25. Исследование поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынке труда. Анализ основных конкурентов.
26. Содержание плана персонал-маркетинга.

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

Основными формами текущего контроля являются устные опросы, подготовка рефератов.

Проверка уровня усвоения материала студентом производится на

практических занятиях после изучения отдельных тем дисциплины по средствам **опроса**.

**Реферат** – письменная работа по одному из актуальных вопросов в рамках дисциплины. Цель подготовки реферата – обобщение различных научных идей, концепций, точек зрения по наиболее важным изучаемым проблемам на основе самостоятельного анализа монографических работ и учебной литературы.

Обучающемуся предоставляется право самостоятельно выбрать тему реферата из списка рекомендованных тем. Не допускается в одной группе написания двух и более рефератов по одной теме.

Подготовка реферата должна осуществляться в соответствии с планом, текст должен иметь органическое внутреннее единство, строгую логику изложения, смысловую завершенность.

Реферат должен иметь определенную структуру: содержание, введение, два-три параграфа основной части, заключение и список использованных источников и литературы, приложение (при необходимости).

Во введении (максимум 3-4 страницы) раскрывается актуальность темы, излагаются основные точки зрения, формируются цель и задачи исследования. В основной части раскрывается содержание понятий и положений, вытекающих из анализа изученной литературы и результатов эмпирических исследований. В заключении подводятся итоги авторского исследования в соответствии с выдвинутыми задачами, делаются самостоятельные выводы и обобщения. Объем реферата должен составлять 10-15 страниц машинописного (компьютерного) текста.

Обучающимся в ходе освоения дисциплины необходимо подготовить рефераты, а также активно участвовать в опросах на практических занятиях.

Подготовка к **экзамену** заключается в изучении и тщательной проработке студентом учебного материала дисциплины с учётом рекомендованной учебно-методической литературой, вопросов, выносимых на практические и лекционные занятия, а также примерного перечня вопросов, выносимых на зачёт.

Экзамен проходит в следующем порядке:

Вначале зачёта в аудиторию приглашается 5 человек, каждый из которых получает вопрос и готовится к ответу на указанном преподавателем месте

Время на подготовку должно составлять не более 20 минут. По просьбе студента, преподаватель может увеличить время подготовки.

Обдумывая ответы на вопрос, студенты могут записывать план и отдельные формулировки ответа. Однако при подготовке к ответу следует учитывать, что повышению оценки способствует не зачитывание ответа, а его устная форма.

Студент должен ответить на вопрос. При наличии у экзаменатора сомнений в оценке, он может задать ряд уточняющих вопросов.

При слабом ответе, близком по содержанию к неудовлетворительной оценке, преподаватель может задать несколько дополнительных вопросов в пределах программы.

### **Шкала оценивания экзамена**

| Уровень<br>оценивания | Критерий оценивания                                                                                                                                                          | Баллы     |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Экзамен               | - показано умение грамотно применять полученные теоретические знания в практических целях при ответе на вопрос;                                                              | 19-<br>25 |
|                       | - ответ отличается четкостью и краткостью, мысли излагаются в логической последовательности.                                                                                 | 10-<br>18 |
|                       | - нет четкости в умении обосновывать, высказываемые положения;<br>- ответ был многословным, мысли излагались недостаточно четко и без должной логической последовательности. | 5-9       |
|                       | - нет четкости в умении обосновывать, высказываемые положения;<br>- ответ был не многословным, мысли излагались не четко и без должной логической последовательности.        | 0-4       |

Максимальное количество баллов – 25.

### Итоговая шкала по дисциплине

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа магистранта в течение всего срока освоения дисциплины, активность участия на практических занятиях, подготовка рефератов.

| Баллы, полученные магистрантом<br>по текущему контролю и<br>промежуточной аттестации | Оценка в традиционной системе |                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------|
| 81-100                                                                               | «5»                           | отлично             |
| 61-80                                                                                | «4»                           | хорошо              |
| 41-60                                                                                | «3»                           | удовлетворительно   |
| 0-40                                                                                 | «2»                           | неудовлетворительно |