МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Забайкальский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет экономики и управления

Кафедра менеджмента и управления персоналом

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для студентов заочной формы обучения**

*(с полным сроком обучения, с ускоренным сроком обучения)*

по дисциплине «Кадровый консалтинг и аудит»

наименование дисциплины

для направления подготовки 38.04.03 Управление персоналом

 код и наименование направления подготовки

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 3 зачетные единицы.

Форма текущего контроля в семестре – реферат.

Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП) – нет.

Форма промежуточного контроля в семестре – зачет

**Краткое содержание курса**

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №№ | Темы раздела | Содержание |
| 1 | Роль маркетинга и маркетингового управления в системе кадрового менеджмента | Эволюция маркетинга персоналаМаркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и видыПредпосылки возникновения маркетинга персонала. Система ценностей по отношению к труду. Этапы развития маркетинга персонала. Модели маркетинга персонала, разработанные Л. Берри, К. Грѐнруса, П. Ахмеда и М. Рафика, И.Н. Лингса, М. Бруна, Ж.-П. Флипо. Современная интерпретация маркетингаперсонала.Преимущества и недостатки использованиятехнологии маркетинга персонала на предприятии. |
| 2 | Сущность и функции маркетинга персонала | Подходы к маркетингу персонала: Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетингаперсонала.Подход Ф. Котлера.Подход А.Я. Кибанова.Подход Б.Ю. Сербиновского.Информационная функция маркетинга персонала:исследование внешней и внутренней среды организации.Аналитическая функция – методы анализа маркетинговой информации. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в областиперсонала.Коммуникационная функция. Мероприятия по формированию внутренних связей организации.Методы работы с общественностью.Интеллектуальная функция маркетинга персонала. |
| 3 | Направления маркетинга персонала и разработка практических мероприятий по их осуществлению | Разработка профессиональных требований к персоналуПланирование и определение потребности в персоналеПланирование расходов и затрат на персоналВыбор источников удовлетворения потребности в персонале |
| 4 | Имидж компании как работодателя и методы его исследования | Имидж организации и его использование в маркетинге персонала. |
| 5 | Механизм сегментирования рынка труда | Сегментирование рынка трудаПризнаки сегментирования рынка труда |
| 6 | Анализ эффективности использования персонала в организации | Функции и задачи анализа использования персоналаАнализ обеспеченности предприятия персоналомАнализ движения персоналаАнализ интенсивного использования персонала |
| 7 | Развитие персонала и его направления. | Сущность и формы развития персоналаАдаптация персоналаОценка деятельности персоналаПрограммы командообразованияПланирование карьеры как элемент развития карьеры |

**Форма текущего контроля**

Для студентов заочного отделения по курсу «Маркетинг персонала» предусматривается в 4 семестре выполнение контрольной работы в виде реферата.

Внеаудиторная самостоятельная работа в форме реферата является индивидуальной самостоятельно выполненной работой студента.

Реферат, как правило, должен содержать следующие структурные элементы:

1. титульный лист;

2. содержание;

3. введение;

4. основная часть;

5. заключение;

6. список использованных источников;

7. приложения (при необходимости).

Примерный объем в машинописных страницах составляющих реферата представлен в таблице.

Рекомендуемый объем структурных элементов реферата

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование частей реферата         | Количество страниц |
| Титульный лист         | 1  |
| Содержание (с указанием страниц)         | 1 |
| Введение         | 2 |
| Основная часть         | 5-10 |
| Заключение         | 1-2 |
| Список использованных источников         | 1-2 |
| Приложения         | Без ограничений |
|  |  |

Введение – важнейшая часть реферата. В нем необходимо обосновать: актуальность выбранной темы; степень изученности проблемы; цель и задачи работы; выбранный метод (или методы) исследования. Основная часть может состоять из двух, трех или более параграфов. Основная часть реферата структурируется по разделам, параграфам, количество и название которых определяются автором и руководителем. В ней должны быть раскрыты основные положения темы. Эта часть реферата, по- мимо почерпнутого из разных источников содержания, должна включать в себя собственное мнение учащегося и сформулированные выводы, опирающиеся на приведенные факты. Обязательными являются ссылки на авторов, чьи позиции, мнения, информация использованы в реферате.

Заключение – не больше 2 с. Оно не должно слово в слово повторять уже имеющийся текст, но содержать кратко и четко сформулированные собственные выводы автора (может быть, и о перспективах дальнейшего исследования темы, итогов выполненной работы), анализ степени выполнения поставленных во введении задач, указание того, что нового лично для себя автор вынес из работы над рефератом.

Сноски располагаются в тексте реферата, внизу страницы. Список использованных источников к реферату оформляется в алфавитной последовательности, в него вносится весь перечень изученных студентами в процессе написания реферата монографий, статей, учебников, справочников, энциклопедий. В нем указываются: фамилии автора, инициалы, название работы, место и год публикации. После списка использованных источников могут быть помещены различные приложения (таблицы, графики, диаграммы, иллюстрации и пр.) Каждое приложение оформляется в соответствии **МИ 4.2-5/47-01-2013** [Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации](http://zabgu.ru/files/html_document/pdf_files/fixed/Normativny%27e_dokumenty%27_i_obrazcy%27_zayavlenij/Obshhie_trebovaniya_k_postroeniyu_i_oformleniyu_uchebnoj_tekstovoj_dokumentacii.pdf)

**Критерии оценки реферата**

Зачтено – 18-27 баллов

Не зачтено – ниже 17 баллов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Критерии | Показатели | Максимальное количество балов |
|  Степень раскрытия проблемы | - соответствие плана теме реферата;- соответствие содержания теме и плану реферата;- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;- обоснованность способов и методов работы с материалом;- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;- умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы. | 12 баллов |
| Обоснованность выбора источников | - круг, полнота использования литературных источников по проблеме;- привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). | 4 балла |
| Соблюдение требований к оформлению  | - правильное оформление ссылок на используемую литературу;- грамотность и культура изложения;- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;- соблюдение требований к объему реферата;- культура оформления: выделение абзацев. | 5 баллов |
| Грамотность  | - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;- литературный стиль. | 3 балла |

Тема реферата выбирается студентом по первой букве фамилии студента.

|  |  |
| --- | --- |
| Первая буква фамилии | № варианта контрольной (курсовой) работы |
| А | 1 |
| Б | 2 |
| В | 3 |
| Г | 4 |
| Д | 5 |
| Е | 6 |
| Ж | 7 |
| З | 8 |
| И | 9 |
| К | 10 |
| Л | 11 |
| М | 12 |
| Н | 13 |
| О | 14 |
| П | 15 |
| Р | 16 |
| С | 17 |
| Т | 18 |
| У | 19 |
| Ф | 20 |
| Х | 21 |
| Ц | 22 |
| Ч | 23 |
| Ш | 24 |
| Э | 25 |
| Ю | 26 |
| Я | 27 |

***Варианты контрольных заданий (тематика рефератов)***

1. Маркетинг персонала как метод управления предприятием.

2. Сущность и функции маркетинга и маркетингового управления в кадровом менеджменте.

3. Формирование и развитие маркетинговых подходов к управлению персоналом.

4. Обучение и развитие персонала как элементы коммуникационной функции.

5. Учет маркетинговой информации в управлении персоналом.

6. Источники и формы обеспечения предприятия кадровой информацией.

7. Требования, предъявляемые к профессии, должности и рабочему месту при отборе кандидатов на вакантные должности.

8. Сущность и направления исследования рынка труда.

9. Разработка методических основ проведения маркетинговых исследований рынка труда.

10. Конъюнктура рынка труда и тенденции ее развития.

11. Исследование имиджа компании как работодателя.

12. Методы определения и удовлетворения потребности в персонале.

13. Источники привлечения и подбора персонала.

14. Повышение лояльности персонала в организации.

15. Современные методы деловой оценки персонала.

16. Методы сегментирования рынков труда.

17. Анализ эффективного использования персонала как элемент информационной функции маркетинга.

18. Мотивация и стимулирование труда работников предприятия с учетом ситуации на рынке труда.

19. Планирование деловой карьеры работников как элемент развития персонала.

20. Первичная и вторичная адаптация персонала как маркетинговые способы продвижения на рынке труда.

21. Программы командообразования как метод развития персонала.

22. Развитие маркетинговых технологий на внутрифирменном рынке труда.

23. Сущность и функции корпоративной культуры в продвижении персонала на рынке труда.

24. Отечественный и зарубежный опыт применения маркетинга персонала.

25. Оценка эффективности использования маркетинга персонала.

26. сравнительный анализ методов отбора претендентов

27. Использование новых компьютерных технологий в оценке пригодности кандидатов при найме.

.

**Форма промежуточного контроля**

**Зачет**

Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету по дисциплине

«Маркетинг персонала»

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

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**Основная литература\***

 **Печатные издания**

1. Кукушкин И.В. Управление маркетинговой деятельностью организации: маркетинговая среда и потребительский рынок : учеб.пособие / Кукушкин Игорь Владленович, Кашурникова Тина Иннокентьевна, Малышев Евгений Анатольевич. – Чита :ЗабГУ, 2012. – 175 с.

2. Маркетинг: учебник / под ред. Н.М. Кондратенко. – Москва :Юрайт, 2011. – 540 с.

3. Монич И.П. Маркетинг: учеб. пособие / И. П. Монич. – Чита :ЗабГУ, 2014. – 124 с.

4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. В.А. Алексунина. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К, 2007. – 716 с.

 **Издания из ЭБС**

1. Божук С. Г. Маркетинговые исследования : учебник / С. Г. Божук. – 2–е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2016. – 280 с.Режим доступа:https://biblioonline.ru/book/D41FDD7F-38BD-4B9E-B454-A526BDA29A55? utm\_source=biblioonline\_share

 **Дополнительная литература\***

**Печатные издания**

1. Барышев Александр Федорович. Маркетинг: учебник / Барышев, Александр Федорович. – 8–е изд., испр. – Москва: Академия, 2011. – 224 с. 2. Маркетинг: учеб. пособие для бакалавров / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С.В. Карповой. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. – 473 с.

**Издания из ЭБС**

1. Горленко О. А. Управление персоналом: учебник / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2016. – 249 с.

2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для академического бакалавриата / БожукС. Г. – 2-еизд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2016. –280 с

3. Маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Жильцова О. Н. [и др.] под общ. ред. О. Н. Жильцовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 458 с.

**Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы\***

1. КАДРОВИК.РУ (кадровый портал) <http://www.kadrovik.ru/>

2. Корпоративный менеджмент: <http://www.cfin.ru/>

3. Менеджмент роста. Эксперт on-line 2.0 <http://www.expert.ru/>

4. Персонал Микс. Научно-практический журнал по стратегическому управлению организацией и ее человеческими ресурсами :<http://www.personal-mix.ru/>

5. Человеческие ресурсы Урала: <http://www.uhr.ru/>

6. Энциклопедия маркетинга: <http://www.marketing.spb.ru/>

7. HR-Портал. Сообщество HR-профессионалов <http://www.hr-portal.ru/>

8. HR-journal.ru Журнал «Работа с персоналом» http://www.hr-journal.ru/

Преподаватель:

канд.. социол. наук, доцент Н.С. Межлумян

Заведующий кафедрой И.Р. Казарян