

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Декан



И.В. Федякин

12 ноября 2019 г.



Кафедра «Управление производством и кадровое обеспечение
транспортного комплекса»

Автор Аброськин Петр Николаевич, к.э.н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг персонала

Направление подготовки:	<u>38.03.03 – Управление персоналом</u>
Профиль:	<u>Управление персоналом организации</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очно-заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2019</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 3 12 ноября 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">С.В. Володин</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 2 24 октября 2019 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">В.А. Козырев</p>
---	--

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2161
Подписал: Заведующий кафедрой Козырев Валентин
Александрович
Дата: 24.10.2019

Москва 2019 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Маркетинг персонала»:

- дать студентам необходимый объем знаний с учетом новых требований времени по формированию кадровой стратегии на основе научно обоснованного маркетинга персонала, учитывающего тенденции современного развития организаций,
- сформировать интегрированное представление материала дисциплин кадрового менеджмента с целью анализа взаимосвязи внешнего и внутреннего рынков труда,
- представить инструменты для обоснования принятия кадровых решений.

Задачи дисциплины «Маркетинг персонала»:

- углубление теоретических знаний в области управления персоналом в части выявления и покрытия потребностей организаций в кадровых ресурсах, оптимального их использования;
- освоение теоретических аспектов маркетинга персонала;
- приобретение умений и практических навыков управления процессом обеспечения потребности производства в квалифицированных кадрах, опираясь на имеющийся персонал организации и на внешний рынок труда, применяя инструментарий маркетинга.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Маркетинг персонала" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Маркетинг:

Знания: как формировать отношения между работодателями и работниками на взаимовыгодной основе

Умения: формировать отношения между работодателями и работниками на взаимовыгодной основе

Навыки: Способность формировать отношения между работодателями и работниками на взаимовыгодной основе

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Основы управленческого консультирования

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ),
СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКР-2 Способность формировать отношения между работодателями и работниками на взаимовыгодной основе.	ПКР-2.1 Знать теоретически основы организационного поведения, экономики, социологии и психологии в части регулирования отношений социальных групп работников и работодателей.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетных единиц (72 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 10
Контактная работа	26	26,15
Аудиторные занятия (всего):	26	26
В том числе:		
лекции (Л)	6	6
практические (ПЗ) и семинарские (С)	20	20
Самостоятельная работа (всего)	46	46
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	72	72
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	2.0	2.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1	ПК1
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗаО	ЗаО

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	10	Тема 1 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды. Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оператив-ный. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персона-лом.	1		2			4	7	
2	10	Тема 2 2. Генезис и развитие маркетинга персонала Этапы развития маркетинга персонала. Актуальность развития мар-кетинговой составляющей управления персоналом. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала: Д. Белл; Г. Штрутц; Р. Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В. Фрелинхом и К.	1		2			4	7	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Зитценшток. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова							
3	10	Тема 3 3. Определение потребности в рабочей силе и планирование персонала Планирование работы и рабочих мест. Определение качественной и количественной потребности в персонале.	1		2		4	7	ПК1, Тестирование
4	10	Тема 4 4. Анализ рынка труда Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных	,5		2		4	6,5	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		конкурентов							
5	10	Тема 5 5. Наемный работник на рынке труда. Сущность, правовое, экономическое и социальное положение наемного работника. Виды найма и наемных работников. Проблема отношений между работником и работодателем. Профсоюзы: генезис, роль в современных трудовых отношениях в РФ и странах G7.	,5		2		4	6,5	
6	10	Тема 6 6. Стоимость рабочей силы как основная характеристика предложения. Понятие стоимости рабочей силы. Структура стоимости рабочей силы. Методика расчета стоимости рабочей силы. Проблема соотношения реальной стоимости рабочей силы и цены спроса на нее (зарплаты и других вознаграждений).	,5		2		4	6,5	Промежуточный контроль №2 осуществляется путём тестирования.
7	10	Тема 7 7. Работодатель на рынке труда. Работодатель как источник	,5		2		4	6,5	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		предложения занятости. Работодатель как источник спроса на рабочую силу. Оптимальные							
8	10	Тема 8 8. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в обла-сти персонала, виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала, способы применения коммуникативной функции организации - работодателя на рынке труда, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала.	,5		2		6	8,5	
9	10	Тема 9 9. Имидж организации и его использование в маркетинге пер- сонала. Значение имиджа	,25		2		6	8,25	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его форми-рования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.							
10	10	Тема 10 10. Новые технологии маркетинга персонала. Обзор новых технологий привлечения и использования рабочей силы. Удаленный офис. Фрилансинг.	,25		2		6	8,25	
11	10	Зачет						0	ЗаО
12		Всего:	6		20		46	72	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 20 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	10	Тема: 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды.	Анализ основных подходов к маркетингу персонала в разное время в РФ и странах G20.	2
2	10	Тема: 2. Генезис и развитие маркетинга персонала	Анализ различных научных подходов, теорий, школ в области маркетинга персонала.	2
3	10	Тема: 3. Определение потребности в рабочей силе и планирование персонала	Исследование по выбору студента. Расчет потребности в рабочей силе в конкретной компании. Анализ планирования потребности в рабочей силе в конкретной компании.	2
4	10	Тема: 4. Анализ рынка труда	Анализ рынка труда региона, города (другого муниципального образования), страны (на конкретном примере)	2
5	10	Тема: 5. Наемный работник на рынке труда.	Анализ положения конкретного работника на рынке труда (аналитическая работа)	2
6	10	Тема: 6. Стоимость рабочей силы как основная характеристика предложения.	Расчет стоимости рабочей силы в Москве.	2
7	10	Тема: 7. Работодатель на рынке труда.	Идеальный работодатель – проект	2
8	10	Тема: 8. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.	Исследование по выбору студента. Маркетинговые коммуникации на конкретном рынке труда. Информационная система конкретного рынка труда. Ценовая (зарплатная и бонусная) политика на конкретном рынке труда	2
9	10	Тема: 9. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.	Исследование по выбору студента. Анализ имиджа организации на рынке труда. Формирование имиджа организации на рынке труда	2
10	10	Тема: 10. Новые технологии маркетинга персонала.	Исследование новых форм маркетинга персонала по выбору студента	2
ВСЕГО:				20/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Образовательные технологии предполагают использование мультимедийного оборудования

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	10	Тема 1: 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды.	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основная литература: [1 - 3] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы; - дополнительная литература: [1, 4, 5, 6] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы; - электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей рабочей программы и др. по выбору студента 	4
2	10	Тема 2: 2. Генезис и развитие маркетинга персонала	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основная литература: [1 - 3] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы; - дополнительная литература: [5, 6] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы; - электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей рабочей программы и др. по выбору студента 	4
3	10	Тема 3: 3. Определение потребности в рабочей силе и планирование персонала	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основная литература: [1, 2] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы; - дополнительная литература: [1, 2] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы; 	4

			- электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей рабочей программы и др. по выбору студента	
4	10	Тема 4: 4. Анализ рынка труда	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <p>- основная литература: [1 - 3] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы;</p> <p>- дополнительная литература: [1, 4, 5, 6] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы;</p> <p>- электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей рабочей программы и др. по выбору студента</p>	4
5	10	Тема 5: 5. Наемный работник на рынке труда.	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <p>- основная литература: [1 - 3] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы;</p> <p>- дополнительная литература: [1 -7] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы;</p> <p>- электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей рабочей программы и др. по выбору студента</p>	4
6	10	Тема 6: 6. Стоимость рабочей силы как основная характеристика предложения.	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <p>- основная литература: [1 - 2] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы;</p> <p>- дополнительная литература: [1, 4, 5, 6, 7] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы;</p> <p>- электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей</p>	4

			рабочей программы и др. по выбору студента	
7	10	Тема 7: 7. Работодатель на рынке труда.	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основная литература: [1 - 3] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы; - дополнительная литература: [1, 4, 5, 6] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы; - электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей рабочей программы и др. по выбору студента 	4
8	10	Тема 8: 8. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основная литература: [1 - 3] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы; - дополнительная литература: [3, 4, 5, 6] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы; - электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей рабочей программы и др. по выбору студента 	6
9	10	Тема 9: 9. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основная литература: [1 - 3] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы; - дополнительная литература: [2, 3, 4, 5, 6, 7] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы; - электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей рабочей программы и др. по выбору студента 	6

10	10	Тема 10: 10. Новые технологии маркетинга персонала.	<p>1) Изучение теоретических материалов курса</p> <p>2) Изучение дополнительной литературы и электронных источников.</p> <p>3) Проведение аналитической и проектной работы</p> <p>4) Подготовка докладов и презентаций</p> <p>5) Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Учебно-методическое обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основная литература: [1 - 3] в соответствии с п. 7.1. настоящей рабочей программы; - дополнительная литература: [1, 4, 5, 6] в соответствии с п. 7.2. настоящей рабочей программы; - электронные источники [1 – 20] по выбору студента в соответствии с п. 8. настоящей рабочей программы и др. по выбору студента 	6
ВСЕГО:			46	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Управление персоналом	Литвинюк А. А., Лукашевич В. В. и др.	М.: Юрайт, 2020 НТБ МИИТ	Все разделы
2	Управление персоналом	Горленко О. А., Ерохин Д. В., Можяева Т.П.	М.: Юрайт, 2020 НТБ МИИТ	Все разделы
3	Управление персоналом организации	Анисимов А. Ю., Пятаева О. А., Грабская Е.П.	М.: Юрайт, 2020 НТБ МИИТ	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
4	Маркетинг: учебник для студ. вузов, обуч. по напр. «Менеджмент»	Гавриленко Н.И.	М.: Академия, 2013 НТБ МИИТ	Все разделы
5	Маркетинг: Учебник для вузов	Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; Ред. Г.Л. Багиева	СПб: «Питер», НТБ МИИТ, 2007 НТБ МИИТ	Все разделы
6	Управление маркетингом: Учеб. пособие	Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень	М.: Экономика, НТБ МИИТ, 2005 НТБ МИИТ	Все разделы
7	Основы управление персоналом: конспект лекций для студ. спец. «Управление персоналом» и «Менеджмент организации»	Козырев В.А.	М.: МИИТ. НТБ МИИТ, 2007 НТБ МИИТ	Все разделы
8	Социальные технологии управления персоналом на предприятиях железнодорожного транспорта: учеб. пособие для студ., обуч. по напр. подготовки «Менеджмент», «Экономик» «Управление персоналом»: в 2 ч.	Маслов В.П., Мигачев А.М.	М.: ФГБОУ «УМЦ ЖДТ» Научно-техническая библиотека МГУПС МИИТ, 2013 НТБ МИИТ	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. <http://library.miiit.ru/> - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ.
2. <http://президент.рф/> - сайт Президента РФ
3. <http://правительство.рф/> - портал Правительства РФ
4. <http://www.minregion.ru/> - сайт Министерства регионального развития РФ
5. <http://www.duma.gov.ru/> - сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ
6. <http://www.council.gov.ru/> - сайт Совета Федерации Федерального Собрания РФ
7. Сайты органов власти субъектов федерации РФ и муниципальных образований.
8. <http://www.rg.ru/> - сайт Российской газеты

9. <http://www.aup.ru/books/i002.htm> - административно-управленческий портал
10. <http://akeu.ru/> - ассоциация консультантов по экономике и управлению
11. <http://www.mevriz.ru/> - журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
12. <http://www.mavriz.ru/> - журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
13. Сайты крупных компаний.
14. Сайты специализированных маркетинговых компаний и агентств.
15. <http://hh.ru> – Хенд Хантер, кадровое агентство, электронный портал
16. <http://www.superjob.ru> – Суперджоб, кадровое агентство, электронный портал
17. <http://rabota.mail.ru/>
18. <http://www.betec.ru/> - информационно-методические материалы по построению систем управления
19. <http://www.e-executive.ru/> - сайт международного сообщества менеджеров
20. Сайты кадровых консалтинговых компаний и агентств

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

- 1) Для проведения занятий лекционного типа требуется:
Microsoft Windows, Microsoft Office
- 2) Для проведения семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций требуется:
Microsoft Windows, Microsoft Office
- 3) Для проведения занятий для самостоятельной работы требуется:
Microsoft Windows, Microsoft Office

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

- 1) Для проведения занятий лекционного типа требуется:
Маркерная доска, активная доска, проектор, экран, ПК
- 2) Для проведения семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций требуется:
Маркерная доска, активная доска, проектор, экран, ПК
- 3) Для проведения занятий для самостоятельной работы требуется:
Персональные компьютеры, телевизор, аудиосистема. Аудитория оборудована выходом в сеть "Интернет" и электронную информационно-образовательную среду

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся в форме устного изложения материала преподавателем с использованием мультимедийных технологий.

Практические занятия проводятся в интерактивной форме с использованием таких технологий, как доклады с визуальной (аудиовизуальной) презентацией, анализа объектов исследования, метода проектов

Самостоятельная работа студента включает в себя работу с теоретическими материалами курса организована с использованием традиционных видов работы - отработки теоретического материала курса, который студент получает в электронном виде, и отработка отдельных тем по учебным пособиям и электронным источникам, включая источ-

ники фактической актуальной информации из Интернета.

Опросы.

Устные опросы проводятся во время практических занятий и во время устного экзамена. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, чтобы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения зачета, когда необходимо проверить знания студентов за длительный промежуток.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Выполнение аналитически и проектных заданий и их обсуждение активный семинар с элементами научной дискуссии)

Выполнение аналитических и проектных заданий осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) студента по разработке решений в области управления человеческими ресурсами в соответствии с изучаемой темой, моделированию поведения специалистов и руководителей, рядовых работников в конкретных условиях деятельности бизнеса.

Условие задачи определяется темой раздела и содержанием практического занятия (раздел 4.4. рабочей программы). Задание выполняется на примере конкретной компании или виртуального бизнеса, предложенного студентом. Приоритет отдается компаниям и бизнесам, связанным с железнодорожным транспортом и другими видами транспорта, а также с сопряженными, дополняющими и взаимосвязанными бизнесами.

Результаты выполнения задания представляются в виде докладов с презентациями (см. ниже).

При оценке выполнения задания анализируется понимание студентом конкретной ситуации, правильность применения теоретических положений и эффективного опыта.

Подготовка докладов с презентациями и их обсуждение. (Активный семинар с элементами научной дискуссии)

Основной формой проведения практических занятий является представление студентами докладов с визуальной презентацией в пределах 3 - 5 минут, обсуждение доклада, ответы на вопросы преподавателя и аудитории.

Темы определяются в соответствии с изучаемым разделом дисциплины в сочетании с профессиональным интересом студентов в рамках темы.

В процессе выполнения задания студенты приобретают следующие навыки:

- самостоятельного поиска информации по актуальным источникам;
- отбора необходимой информации, ее анализа и обобщения;
- подготовки концентрированного изложения материала и его иллюстрации;
- публичного выступления и участия в дискуссии, обоснования и отстаивания своей точки

зрения.

Доклады выполняются на примере одного или нескольких конкретных объектов: предприятий, стран, регионов, людей (групп людей) и др. Объекты могут быть как реальными, так и виртуальными, разработанными студентами. Это дает возможность изучить действие теории менеджмента на практике.

Доклад представляется в виде визуальной презентации. Текст доклада не требуется, студент вправе не пользоваться опорным конспектом доклада при выступлении.

Оценивание результатов устных и письменных опросов на практических занятиях, экзамене.

Уровень знаний определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» - студент показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний.

Оценка «хорошо» - студент показывает глубокие знания программного материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В тоже время при ответе допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» - студент показывает достаточные, но не глубокие знания программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуется уточняющие вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» - студент показывает недостаточные знания программного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускаются грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом.

Оценивание результатов быстрого письменного опроса на практическом занятии.

«Отлично» - вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия и характеристики в соответствии с нормами права и теоретическим материалом.

«Хорошо» - вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.

«Удовлетворительно» - вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий.

«Неудовлетворительно» - ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.

Оценивание результатов доклада и презентации по аналитическим и проектным заданиям.

- «отлично»: доклад выполнен строго по теме по характерному объекту, тема полностью раскрыта, в докладе не содержится фактических и методических ошибок; доклад излагается грамотным профессиональным языком в пределах установленного времени с периодическим использованием опорного конспекта или презентации; визуальная презентация доклада выполнена в соответствии с требованиями, содержит иллюстрации основных положений доклада, фактов, результатов исследований, выводы и предложения;

- «хорошо»: доклад выполнен по теме по характерному объекту, тема достаточно полно раскрыта, в докладе содержатся несущественные фактические и методические ошибки; доклад излагается в целом грамотным профессиональным языком почти в пределах установленного времени с периодическим использованием опорного конспекта или презентации или с чтением доклада; визуальная презентация доклада выполнена в целом в соответствии с требованиями, содержит иллюстрации основных положений доклада, фактов, результатов исследований, выводы и предложения, возможны погрешности

оформления;

- «удовлетворительно»: доклад выполнен в целом по теме по характерному объекту, тема в целом раскрыта, в докладе содержатся фактические и методические ошибки; доклад излагается недостаточно грамотным профессиональным языком за пределами установленного времени с периодическим использованием опорного конспекта или презентации или чтением; визуальная презентация доклада выполнена в целом соответствии с требованиями, содержит иллюстрации основных положений доклада, фактов, результатов исследований, выводы и предложения, возможны ошибки иллюстрирования;

- «неудовлетворительно»: доклад выполнен с существенным отклонением содержания от темы, имеет существенные фактические и методические ошибки, излагается неграмотным языком, презентация содержит существенные ошибки представления информации.

Текущий контроль (две точки, Ритм).

Для текущего контроля используется методика, которая стимулирует постоянную творческую работу студентов в течение всего семестра с равномерной интенсивностью, систематическим накоплении знаний и развитием разнообразных умений и навыков. Текущий контроль, учитываемый в балльно-рейтинговой системе «Ритм» МГУПС МИИТ, осуществляется по двум точкам в семестре. Оценка в данных точках образуется как средняя арифметическая успеваемости, умноженная на коэффициент посещаемости за период времени от начала семестра до первой точки и от нее до второй точки. Оценка успеваемости рассчитывается путем сложения оценок, полученных за все выполненные за указанные периоды задания, и их деления на номинальное количество занятий и рассчитывается от 0 до 5 с точностью до 0,1. Коэффициент посещаемости рассчитывается путем деления числа посещенных занятий на номинальное количество занятий. Значения коэффициента посещаемости – от 0 до 1. Число посещенных занятий может быть скорректировано на занятия, пропущенные по уважительной причине с обязательным выполнением предусмотренных на них заданий.

Если студент отстает от графика на две и более недель, то в момент промежуточной аттестации подается рапорт в деканат о невыполнении студентом требований пункта 2 статьи 6.7 Устава университета. Решение о признании причины отставания уважительной и возможности сдачи заданий текущего контроля вне основного графика принимается администрацией института (ИТТСУП МГУПС МИИТ) в индивидуальном порядке.

Промежуточная аттестация - экзамен.

Промежуточная аттестация по дисциплине завершает изучение курса и проходит в виде экзамена по окончании восьмого семестра. Экзамен проводится согласно расписанию зачетно-экзаменационной сессии. До экзамена не допускаются студенты, не сдавшие хотя бы одну из двух текущих внутрисеместровых аттестаций. Экзамен может быть сдан по результатам текущих контролей и достижений, продемонстрированных студентом на практических занятиях. Фамилии студентов, сдавших экзамен по результатам работы в семестре, объявляются в день проведения экзамена, до начала промежуточного испытания.

Экзамен проводится в устной форме путем ответов на вопросы, содержащиеся в билете. Вопросы экзамена доводятся до студентов по электронной почте или копированием бумажного варианта в первую неделю занятий в семестре. Не позже, чем за месяц до зачетно-экзаменационной сессии часть вопросов может быть скорректирована и окончательный вариант вопросов доведен до студентов. В билете содержится два теоретических вопроса. Студент выбирает билет случайным образом, не видя его содержания. Замена билета не допускается. При подготовке ответа студент может написать опорный конспект ответ любого объема и полноты, конспект на экзамене не оценивается. На экзамене не допускается использование конспектов лекций, материалов практических занятий и иных

материалов. На подготовку к ответу отводится не менее 60 минут. После ответа на вопрос студенту могут быть заданы дополнительные