

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

25 июня 2020 г.



Кафедра «Экономика труда и управление человеческими ресурсами»

Автор Вешкурова Алина Борисовна, к.э.н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг персонала

Направление подготовки:	38.03.02 – Менеджмент
Профиль:	Управление человеческими ресурсами
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 6 20 мая 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 12 12 мая 2020 г. Заведующий кафедрой  И.А. Епишкин
--	--

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: 11244
Подписал: Заведующий кафедрой Епишкин Илья
Анатольевич
Дата: 12.05.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг персонала» является формирование знаний, умений и навыков применения маркетингового инструментария в процессе управления человеческими ресурсами организации, эффективного поиска и принятия управленческих решений области кадровой политики в рыночных условиях.

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: инструменты комплекса маркетинга, основы построения маркетинговой стратегии организации

Умения: оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности

Навыки: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Мотивация персонала

2.2.2. Основы рекрутмента

**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	ПКС-3 Способен осуществлять деятельность по управлению человеческими ресурсами, в том числе в транспортной компании.	ПКС-3.1 Способен осуществлять деятельность по поиску, привлечению, подбору, отбору и адаптации персонала.

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

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы (144 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 5
Контактная работа	68	68,15
Аудиторные занятия (всего):	68	68
В том числе:		
лекции (Л)	34	34
практические (ПЗ) и семинарские (С)	34	34
Самостоятельная работа (всего)	76	76
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК2, ТК	ПК2, ТК
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Диф.зачёт	Диф.зачёт

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	5	Раздел 1 Роль маркетинга в управлении персоналом организации. . Необходимость, сущность и место маркетинга персонала в кадровой политике организации Понятие маркетинга. Исходные понятия маркетинга. Комплекс маркетинга. Обоснование применимости маркетинга в области управления персоналом. Понятие внутреннего клиента. Внутренний и внешний маркетинг	4		2			10	16	
2	5	Раздел 2 Система управления маркетинга персонала организации Функции системы маркетинга персонала. Цели системы маркетинга персонала. Состав системы управления маркетингом персонала. Подсистемы маркетинговых исследований рынка труда, обучения, мотивации.	4		4				8	ТК, Опрос, решение тестовых заданий, ситуационных задач
3	5	Раздел 3 Функции маркетинга персонала Маркетинговые исследования рынка труда Среда маркетинга. Маркетинговая информация. Основные направления маркетинговых исследований персонала. Анализ спроса и предложения	4		4			2	10	

№ 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
		на рынке труда Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю.							
4	5	Раздел 4 Сегментирование рынка труда и исследование системных партнеров Сегментирование соискателей и сотрудников на основе требований к персоналу и к работодателю. Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп	4		2			6	
5	5	Раздел 5 Маркетинговое планирование потребности в персонале Стратегическое и тактическое планирование деятельности компании и потребности в персонале. Качественная и количественная потребность в персонале. Нормативно-методические документы, обеспечивающие расчет потребности в персонале Стратегии маркетинга персонала в периоды спада объемов работ и пиковых загрузок. Анализ тенденций развития техники и технологий и связанных с ними изменений в потребности в персонале	2		4			6	
6	5	Раздел 6 Применение стратегического и тактического	8		8		21	37	

№ 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
		инструментария маркетинга персонала организации							
7	5	Тема 6.1 Стратегии формирования привлекательности рабочего места и уровня заработной платы Цели ценообразования. Маркетинговые стратегии ценообразования. Формирование уровня заработной платы исходя из анализа потребительских расходов. Корректировка заработной платы на основе анализа предложения конкурентов	4		4			8	
8	5	Тема 6.2 Коммуникационная стратегия и политика в маркетинге персонала. Применение коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда Формирование имиджа компании как привлекательного работодателя. Рыночная атрибутика в позиционировании компании на рынке труда.	4		4			8	
9	5	Раздел 8 Эффективность маркетинга персонала. Конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала Понятие конкурентоспособности. Связь деятельности в области управления персоналом и конкурентоспособности кадровой политики организации Формирование	4		4		43	51	

№ 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
		преимуществ компании в глазах соискателей и сотрудников. Соотношение имиджа компании и уровня заработной платы в ней.							
10	5	Раздел 9 Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала Методологические подходы к оценке эффективности маркетинга персонала. Определение затрат на персонал Показатели эффективности маркетинга персонала. Управление удовлетворенностью персонала компании. Соотношение расходов на маркетинг персонала и текучести кадров, качества продукции и услуг, удовлетворенности клиентов	4		6				10
11	5	Зачет						0	Диф.зачёт
12		Всего:	34		34		76	144	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 34 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	5	РАЗДЕЛ 1 Роль маркетинга в управлении персоналом организации.	1. Место маркетинга персонала в кадровой политике организации. Жизненный цикл организации и управление человеческими ресурсами	2
2	5	РАЗДЕЛ 2 Система управления маркетинга персонала организации	2. Система маркетинга персонала организации. Выбор стратегии работы с персоналом и планирование потребности персонала в различных экономических ситуациях. Профиль привлекательности рабочего места	4
3	5	РАЗДЕЛ 3 Функции маркетинга персонала	Маркетинговые исследования рынка труда. Изучение рынка труда московского региона	4
4	5	РАЗДЕЛ 4 Сегментирование рынка труда и исследование системных партнеров	Сегментация рынка труда и изучение системных партнеров организации	2
5	5	РАЗДЕЛ 5 Маркетинговое планирование потребности в персонале	Планирование потребности в персонале и оплате труда на основе маркетингового подхода	4
6	5	РАЗДЕЛ 6 Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации Тема: Стратегии формирования привлекательности рабочего места и уровня заработной платы	1. Маркетинговый инструментарий в создании мотивации труда Методы ценообразования в маркетинге персонала	4
7	5	РАЗДЕЛ 6 Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации Тема: Коммуникационная стратегия и политика в маркетинге персонала.	2. Коммуникации в маркетинге персонала.	4

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
8	5	РАЗДЕЛ 8 Эффективность маркетинга персонала.	1. Конкурентоспособность кадровой стратегии организации	4
9	5	РАЗДЕЛ 9 Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала	2. Методы оценки социально-экономической эффективности маркетинга персонала	6
ВСЕГО:				34/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Не предусмотрены

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельности являются классическо-лекционными (объяснительно-иллюстративными).

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Практический курс выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач), с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций, электронный практикум (компьютерное моделирование и практический анализ результатов); технологий, основанных на коллективных способах обучения, а также с использованием компьютерной тестирующей системы.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, выполнение заданий курсовой работы. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение практических и ситуационных задач, выполнение заданий курсовой работы) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

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	5	РАЗДЕЛ 1 Роль маркетинга в управлении персоналом организации.	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе. Изучение 1 раздела электронного контента на портале дистанционного обучения. Тестирование на портале [1,2,3,4]	10
2	5	РАЗДЕЛ 3 Функции маркетинга персонала	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе . Изучение 2 раздела электронного контента на портале дистанционного обучения. Тестирование на портале [1,2,3,4]	2
3	5	РАЗДЕЛ 6 Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе . Изучение 3 раздела электронного контента на портале дистанционного обучения. Тестирование на портале [1,2,3,4]	21
4	5	РАЗДЕЛ 8 Эффективность маркетинга персонала.	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе . Изучение 4 раздела электронного контента на портале дистанционного обучения. Тестирование на портале [1,2,3,4]	43
ВСЕГО:				76

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	Маркетинг персонала	Литвинюк, А.А.	Москва : КноРус, 2019 https://book.ru/book/931151	Все разделы
2	Маркетинг персонала	Шапиро С.А., Говорова Н.А., Самраилова Е.К.	КноРус, 2018 https://book.ru/book/924181	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Маркетинговые исследования	Божук, С. Г.	Москва : Издательство Юрайт, 2020 https://urait.ru/bcode/451920	Все разделы
4	Управление персоналом	Горленко, О. А.	Москва : Издательство Юрайт, 2015 https://urait.ru/bcode/452413	Все разделы

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

http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/ (Электронная библиотека ИЭФ)
<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))
<https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))
<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))
<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

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

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине требуется наличие следующего ПО: OS Windows, Microsoft Office, система компьютерного тестирования АСТ.

В образовательном процессе применяются следующие информационные технологии: персональные компьютеры; компьютерное тестирование; мультимедийное оборудование; средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

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

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с

мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

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

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе.

Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого лектором материала, после лекции и во время специально организуемых индивидуальных встреч он может задать лектору интересующие его вопросы.

Лекционные занятия составляют основу теоретического обучения и должны давать систематизированные основы знаний по дисциплине, раскрывать состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрировать внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулировать их активную познавательную деятельность и способствовать формированию творческого мышления.

Главная задача лекционного курса – сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение будущими специалистами основополагающего учебного материала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.

Основные функции лекций: 1. Познавательная-обучающая; 2. Развивающая; 3.

Ориентирующе-направляющая; 4. Активизирующая; 5. Воспитательная; 6.

Организирующая; 7. Информационная.

Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а, следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

Самостоятельная работа студентов основывается на теоретических положениях лекционного материала и предполагает самостоятельную проработку ряда вопросов, что в сочетании с работой на практических занятиях обеспечивает получение студентами необходимых знаний, навыков и умений в рамках учебной дисциплины .

В ходе изучения дисциплины студенты должны подготовить доклады к коллоквиумам в малых группах, с выделением центров ответственности (аналитик, докладчик, тестолог, информатик). Тема докладов студентов согласуется с преподавателем (из предложенного списка). Подбор материала для доклада ведется из литературы, указанной в рабочей программе и рекомендованной преподавателем в качестве дополнительной по данной тематике. Контроль за подготовкой докладов осуществляется преподавателем на практических занятиях. Защита и обсуждение докладов может проходить как на коллоквиумах на практических занятиях, так и на лекционных занятиях или в рамках кафедральных секций на Недели науки в МИИТе. Материалы лучших докладов используются для подготовки научных статей студентов.

По итогам изучения данной дисциплины студенты формируют конспект лекций и проходят итоговое тестирование в online режиме в оболочке АСТ, либо через ресурс Интернет на учебном портале ИЭФ после самостоятельного изучения электронного контента «Маркетинг персонала».

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к экзамену и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств является составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная и дополнительная литература.