Муниципальное образовательное учреждение



высшего профессионального образования

**Южно-Уральский профессиональный институт**

#### Задания к контрольной работе по дисциплине

#### *Маркетинг персонала*

#### Студентов заочной формы обучения

Направление подготовки

**080200.62 Менеджмент**

Челябинск

2015

ЮУПИ 2015

Задания к контрольной работе по дисциплине «Маркетинг персонала» для студентов, обучающихся по заочной форме обучения по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент. Разработаны в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования, содержат требования к составу, содержанию, выбору варианта, оформлению задания к домашней контрольной работе, методические рекомендации по его выполнению.

Составитель: Пужалова Е.В.

Одобрено на заседании кафедры «Финансы и бухгалтерский учет». Протокол № 1 от 26 сентября 2013 г.

Содержание

|  |  |
| --- | --- |
| Пояснительная записка…………………………………..………………………… | 4 |
| Задания и методические указания к выполнению контрольной работы………... | 6 |
| Список рекомендуемой литературы………………………………………………. | 11 |

Пояснительная записка

Учебная дисциплина «Маркетинг персонала» предназначена для реализации требований к результатам освоения основных образовательных программ бакалавриата по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент.

Актуальность курса обусловлена переходом к рыночным отношениям, когда деятельность любой организации определяется комплексом маркетинговых факторов и условий конкурентоспособности организации - работодателя, касающихся основных подсистем управления персоналом. Однако использование этого инструмента управления персоналом в практической деятельности сопряжено с наличием проблем нормативно-правового характера (распределения функций маркетинга персонала) и технологических проблем реализации маркетинга персонала в организациях.

Предметом курса являются: функции и технология маркетинга персонала в деятельности специалистов службы управления персоналом на организационном уровне.

Цель курса: подготовить менеджера, ориентирующегося в ситуации на рынке труда и умеющего использовать технологию маркетинга персонала в условиях конкретных организаций.

Задачи курса:

1) изучить функции и технологии маркетинга персонала;

2) изучить нормативно-правовые основания маркетинга персонала в организации;

3) получить практические навыки маркетинга персонала в организации и подготовке рекомендаций по совершенствованию системы управления персоналом экономического субъекта;

4) развивать профессионально важные качества и способности будущего менеджера.

По результатам освоения курса «Маркетинг персонала» студент должен знать:

- подходы к определению маркетинга персонала;

- концепцию маркетинга персонала;

- функции и принципы маркетинга персонала;

- аналитические инструмента маркетинга персонала;

- технологию маркетинга персонала.

Студент должен уметь:

- планировать и организовывать маркетинг персонала в условиях деятельности конкретных организаций;

- осуществлять планирование деятельности менеджера в системе управления персоналом по реализации маркетинговых функций;

- осуществлять процедуры разработки инструментария маркетинга персонала;

- проводить расчет показателей деятельности персонала и определять потребность в персонале, источники ее покрытия;

- представлять организацию – работодателя на рынке труда при подборе кандидатов;

- разрабатывать предложения по совершенствованию системы управления персоналом и оценивать их эффективность;

- разрабатывать план маркетинга персонала.

Задания для контрольной работы разделены на варианты.

Номер варианта выполняемого задания устанавливается по последней цифре в номере зачетной книжки студента.

Задание по данной дисциплине выполняется в виде реферата.

**Критерии оценки:**

Контрольная работа оценивается по пятибалльной системе.

**5 баллов** – работа выполнена по стандартной или самостоятельно разработанной методике в полном объеме, без ошибок в расчетах, с подробными пояснениями по ходу решения, сделаны полные аргументированные выводы, аккуратно оформлена.

**4 балла** – работа выполнена по стандартной методике, без ошибок в расчетах, даны недостаточно полные объяснения, сделаны выводы.

**3 балла** – студентом выполнено не менее 50% задания.

**2 балла** – студент не справился с заданием (выполнено менее 50% задания), не раскрыто основное содержание вопросов, имеются грубые ошибки в освещении вопроса, в решении задач и т. д., а также выполнена не самостоятельно.

Таблица - Шкала оценок успеваемости

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Название** | **Сумма баллов**  **БРС** | **Числовой эквивалент** | **Буквенное обозначение Оценка ECTS** |
| Отлично | 91 - 100 | 5 | А (отлично) |
| Хорошо | 74 – 90 | 4 | В (очень хорошо)  С (хорошо) |
| Удовлетворительно | 61 - 73 | 3 | D (удовлетворительно)  Е (достаточно) |
| Неудовлетворительно | менее 61 | 2 | Fx (неудовлетворительно)  F (неудовлетворительно) |

Буквенный эквивалент оценки в баллах определяет уровни владения студентом компетенциями:

* А – превосходный уровень владения компетенциями, позволяющий эффективно вести профессиональную деятельность и самостоятельно принимать решения по широкому кругу профессиональных вопросов;
* B – хороший уровень владения компетенциями, позволяющий эффективно вести профессиональную деятельность;
* C – достаточный уровень владения компетенциями для работы в данной сфере профессиональной деятельности;
* D – удовлетворительный уровень владения компетенциями, позволяющий выполнять работу в профессиональной группе;
* E – посредственный уровень владения компетенциями, позволяющий вести профессиональную деятельность по ограниченному кругу профессиональных вопросов;
* FХ – недостаточный уровень владения компетенциями. Профессиональная деятельность по данному направлению (специальности) не рекомендована.
* F – компетенции совершенно не сформированы.

Задания и методические указания к выполнению контрольной работы

**Вариант 4:** Функции маркетинга персонала

***Методические рекомендации:***

*При раскрытии темы вопроса необходимо осветить следующие аспекты:*

* Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля.
* Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции.
* Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции.

**Рекомендуемая литература:**

Брагина, З.В. Управление персоналом: учебное пособие / З.В. Брагина, В.П. Дудяшова, З.Т. Каверина. – М.: КНОРУС, 2008. – 128 с.

Веснин, В.Р. Управление персоналом: Теория и практика: учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект: Велби, 2008. – 688 с.

Маслова, В.М. Управление персоналом предприятия: учебное пособие для вузов по специальностям экономики и управления / В.М. Маслова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 217 с.

Федорова, Н.В. Управление персоналом организации: учебное пособие / Н.В. Федорова, О. Ю. Минченкова. – М.: КноРус, 2007. – 414 с.

**Список рекомендуемой литературы**

***Основная литература:***

Брагина, З.В. Управление персоналом: учебное пособие / З.В. Брагина, В.П. Дудяшова, З.Т. Каверина. – М.: КНОРУС, 2008. – 128 с.

Веснин, В.Р. Управление персоналом: Теория и практика: учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект: Велби, 2008. – 688 с.

Маслова, В.М. Управление персоналом предприятия: учебное пособие для вузов по специальностям экономики и управления / В.М. Маслова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 217 с.

Федорова, Н.В. Управление персоналом организации: учебное пособие / Н.В. Федорова, О. Ю. Минченкова. – М.: КноРус, 2007. – 414 с.

***Дополнительная литература:***

Базаров, Т.Ю. Управление персоналом: учебник для вузов / под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ, 2007. – 554 с.

Бухалков, М.И. Управление персоналом: учебник / М.И. Бухалков. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 400 с.

Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник для вузов / А.Я. Кибанов, и др.; под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 522 c.

Управление персоналом: энциклопедия / А.Я. Кибанов, и др.; под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 554 с.

Экономика и социология труда: учебник для вузов / А.Я. Кибанов, и др.; под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 582 с.