

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение менеджмента



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Маркетинг Б3.Б.6

Направление подготовки: 080200.62 - Менеджмент

Профиль подготовки: Управление персоналом

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Колесникова Ю.С.

Рецензент(ы):

Фахрутдинова Е.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Фахрутдинова Е. В.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение менеджмента):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No 949930614

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Колесникова Ю.С. кафедра управления человеческими ресурсами Отделение менеджмента, JSKolesnikova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

получение знаний по функционированию внешней и внутренней маркетинговой (в области персонала) среды организации

использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.Б.6 Профессиональный" основной образовательной программы 080200.62 Менеджмент и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Дисциплина входит в профессиональный цикл (Б3.Б.2).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-5 (общекультурные компетенции)	владеет культурой мышления, способен к восприятию, обобщению и экономическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ПК-4 (профессиональные компетенции)	- знает основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умеет применять их на практике
ПК-43 (профессиональные компетенции)	- владеет навыками анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала
ПК-44 (профессиональные компетенции)	умеет составлять описания функционала сотрудников и подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции и т.д.)
ПК-5 (профессиональные компетенции)	- знает основы разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала и умеет применять их на практике

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Задачи дисциплины:

формирование системы управления маркетингом персонала в организации

знание требований к персоналу и запросы к работодателю

роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации

значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда

информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

Студент должен уметь: разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала;

Студент должен владеть: навыками анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами.	8	18	8	8	0	
2.	Тема 2. Оценка потребностей в персонале.	8	18	10	10	0	
3.	Тема 3. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом.	8	18	8	10	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	экзамен
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами.

лекционное занятие (8 часа(ов)):

Понятие и определение ?Маркетинга персонала?. Современные тренды и тенденции. Внутренний и внешний маркетинг персонала. Потенциал маркетинговых технологий для HR, маркетинговые инструменты для работы с целевыми аудиториями исследований, знание запросов/потребителей компании, понимание какими компетенциями должен обладать персонал, обслуживающий клиента, знание конкурентного рынка и тактических/стратегических действий конкурентов и преобразование информации для HR. Основные составляющие маркетинга персонала. Разработка качественных требований к персоналу; определение количественной и качественной потребности в персонале; расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала; выбор путей покрытия потребности в персонале; деловая оценка персонала; анализ и контроль эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям. Изучение рынка труда.

практическое занятие (8 часа(ов)):

аправления изучения рынка труда в маркетинге персонала. Спрос на рабочие места. Потребности и ожидания работников. Предложения других работодателей. Позиционирование конкурентов. Характеристики наличной рабочей силы. Особенности социальных потребностей работников. Характеристика потенциальных трудовых ресурсов (города, региона). Внутренние и внешние корпоративные коммуникации, которые предпочитают работники. Репутация компании как работодателей. Имидж профессии и сфер бизнеса. Коммуникационная функция маркетинга персонала. Объекты коммуникационной функции: сотрудники организации, которые выступают в качестве участников внутреннего конкурса на вакансии и являются носителями имиджа компании на рынке труда. Рынок труда как комплексный источник потенциальных претендентов.

Тема 2. Оценка потребностей в персонале.

лекционное занятие (10 часа(ов)):

Этапы оценки потребности в персонале. Проработка функциональной структуры управления с учетом главной задачи каждой службы, определение базовой задачи для каждой службы, определение типов ответственности, определение набора функциональных обязанностей, расчет временных и стоимостных ресурсов, необходимых для выполнения каждой функциональной обязанности. Определение нормативов трудоемкости.

практическое занятие (10 часа(ов)):

Определение количества временных и стоимостных ресурсов, необходимых для реализации функциональных обязанностей каждой отдельной должности в течении месяца, квартала, года. Окончательный расчет необходимого количества человек на данную должность. Позиционирование и продвижение компании в качестве привлекательного работодателя. Материальные факторы: общий уровень дохода сотрудников по сравнению с другими компаниями; социальный пакет (страхование, декретные программы, программы для детей сотрудников, спортивные, направленные на поддержку здоровья и пр.). Нематериальные факторы привлекательности. Карьерные возможности, общая атмосфера внутри компании. Развитый HR-бренд. Имидж работодателя. Известность компании на рынке. Известность и лояльность топ-менеджмента. История и длительность существования компании. Известность, популярность продукции или услуг.

Тема 3. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом.

лекционное занятие (8 часа(ов)):

стратегический HR-менеджмент. Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Непосредственная синхронизация стратегических планов компании в отношении персонала, маркетинга, финансов и других функциональных областей. Определение долгосрочных потребностей и возможностей в привлечении и изменении человеческих ресурсов, учитывая этап жизненного цикла компании, динамику развития, состояние продуктового портфеля, факторы влияния внешнего окружения организации (SWOT-анализ). Управление корпоративной культурой и поведением персонала. Позиционирование компании на том или ином сегменте бизнеса. PR программы развитие внешних коммуникаций. Формирование внешнего имиджа персонала.

практическое занятие (10 часа(ов)):

Описание норм поведения при работе с клиентами и партнерами компании. Программы формирования и поддержки лояльности персонала. Event-менеджмент. Построение организационной структуры компании. Инжиниринг бизнес процессов и внутренних коммуникаций. Проектирование структуры на основе задач маркетинговой стратегии (например, дивизиональная, матричная структура). Реорганизационные процессы и оптимизация ресурсов (аутсорсинг, слияние компаний и т.д). Операционный HR-менеджмент. Организация подбора персонала. Формирование привлекательного рабочего места?. Определение и описание кадровых потребностей (продуктовая концепция) и возможностей (SWOT). Определение стратегии, тактик и источников привлечения ресурсов (анализ временных, денежных затрат, получаемого качества; использование матриц приоритетности). Активный поиск: технологии переманивания (?партизанский? маркетинг). Пассивный поиск: составление объявления о вакансии, выбор канала рекламы и анализ его эффективности, участие в ярмарках вакансий. Проведение собеседований, комплексной оценки кандидатов (маркетинговые исследования). Переговоры по зарплате (нахождение рыночной цены). Мотивация персонала. Разработка системы оплаты труда (ценообразование). Разработка мотивационных систем (стимулирование сбыта: бенефиты, бонусы, конкурсы, вознаграждение за качественное обслуживание клиента). Персонал ? внутренний клиент компании. Управление обучением и развитием персонала. Учет маркетинговых планов компании при разработке программ обучения. Участие маркетинговой службы компании в процессе обучения персонала (стандарты обслуживания, ориентация на клиента, владение презентацией компании, нетипичные ситуации). Проектирование карьеры (продвижения персонала) на основе логистических процессов. Использование методологии маркетинговых исследований, ?партизанский? маркетинг. Удержание персонала. Комплексная разработка программ формирования лояльности персонала к компании и ее корпоративной культуре (?прививка? на этапе адаптации, открытость руководства и корпоративной информации, командный дух, мотивационные и event-программы).

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами.	8	18	Контрольная точка.	6	контрольная работа.
2.	Тема 2. Оценка потребностей в персонале.	8	18	самостоятельная работа.	6	устный опрос.
3.	Тема 3. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом.	8	18	Контрольная точка.	6	контрольная работа.
	Итого				18	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе курса используются деловые игры и тематические тренинги, технологии "тайный покупатель" и другие интерактивные формы работы с аудиторией

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами.

контрольная работа., примерные вопросы:

Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами.

Тема 2. Оценка потребностей в персонале.

устный опрос., примерные вопросы:

Оценка потребностей в персонале.

Тема 3. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом.

контрольная работа., примерные вопросы:

Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Оценка использования рабочего времени и нормирования труда.

18. Норма выработки на одного работника на сборочном участке - 100 изделий за смену. Фактически работник за смену собрал 120 изделий. Определить уровень фактического выполнения (Уфв) нормы выработки.

19. В ходе хронометража установлены затраты времени одного работника на выполнение операции X. при этом получены следующие данные: X1= 20 мин., X2= 10 мин., X3= 8 мин., X4= 3 мин. В соответствии с нормативами на вспомогательные операции уходит: X5= 2 мин., X6= 4 мин. Фактически рабочий затрачивает на выполнение операции 45 мин. Определить норму времени (Т) на выполнение операции X и (Уфв).

20. Фактически норма времени на выполнение операции по сборке изделия 0,2 час. Продолжительность смены 8,2 часа. Рассчитать норму выработки (Тн) за смену на сборочном участке для бригады из 10 работников.

7.1. Основная литература:

1. Маркетинг: Учеб.пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 421 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003633-5, 500 экз. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=171719>
2. Маркетинг: учебник / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова; МГИМО - Московский государственный институт международных отношений. - М.: Магистр, 2009. - 493 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0101-6, 2000 экз. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=168083>
3. Основы маркетинга: Учебное пособие / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 139 с.: 60x88 1/16. (обложка) ISBN 978-5-9558-0206-0, 1000 экз. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=306750>

7.2. Дополнительная литература:

1. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: учебное пособие / О.В. Китова; РЭА им. Г.В. Плеханова. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 328 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003766-0, 500 экз. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=180316>

2. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести: Учеб. / Д.В. Тюрин; Библиотека Российской Ассоциации Маркетинга. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012 - 251 с.: 60x90 1/16 - (Высшее образование: Магистратура). (п) ISBN 978-5-16-005274-8, 3000 экз.
<http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=315377>
3. Маркетинг-практикум: Учебно-практическое пособие / В.В. Герасименко; (МГУ). - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Учеб.эконом. фак-та МГУ им. М.В.Ломоносова). (п) ISBN 978-5-16-004744-7, 1000 экз.
<http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=223234>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Московский институт психоанализа. -
<http://www.inpsycho.ru/student/biblioteka/umk/socialno-psihologicheskij-trening.html>
Официальный сайт компании Мэйнстрим - <http://www.mstream.ru/about/>
Технология тренинга. - <http://trainingtechnology.ru/free/>
Упражнения для тренингов. - <http://piter-trening.ru/uprazhneniya-i-igry-dlya-treningov/>
Упражнения для тренингов. - <http://www.trepsy.net/kommunikat/stat.php?stat=5719>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Маркетинг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Электронно-библиотечная система "КнигаФонд".

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.62 "Менеджмент" и профилю подготовки Управление персоналом .

Автор(ы):

Колесникова Ю.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Фахрутдинова Е.В. _____

"__" _____ 201__ г.