

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

"БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Е.И.Луковникова

02 мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.03 Маркетинг на рынке труда

Закреплена за кафедрой **Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий**

Учебный план bv380303_24_УП.plx
38.03.03 Управление персоналом

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:

Контрольная работа 4, Экзамен 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.&b><Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	9	9	9	9
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	8	8	8	8
В том числе в форме практ.подготовки	18	18	18	18
Итого ауд.	27	27	27	27
Контактная работа	27	27	27	27
Сам. работа	135	135	135	135
Часы на контроль	54	54	54	54
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):

к.э.н., доц., Грудистова Е.Г. _____

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг на рынке труда

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 955)

составлена на основании учебного плана:

38.03.03 Управление персоналом

утвержденного приказом ректора от 30.01.2024 № 32.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Протокол от 20 марта 2024 г. № 11

Срок действия программы: 2024-2029 уч.г.

Зав. кафедрой Вахрушева М. Ю.

Председатель МКФ

доцент, к.э.н. Грудистова Е.Г. 5 апреля 2024 г. № 7 _____

Ответственный за реализацию ОПОП _____ Вахрушева М.Ю.

Директор библиотеки _____ Сотник Т.Ф.

(подпись)

№ регистрации _____ 32

(методический отдел)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2025 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2026 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Получение обучающимися теоретических знаний и практических навыков исследования маркетинговой среды организации, выявления проблем функционирования рынка труда, разработки маркетинговой стратегии в области персонала и оценки их эффективности.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.01.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Теория организации	
2.1.2	Менеджмент	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Разработка и принятие управленческих решений	
2.2.2	Стратегический менеджмент	
2.2.3	Инновационный менеджмент	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-1: Способен к деятельности по обеспечению персоналом**

Индикатор 1	ПК-1.1 Формирует и корректирует требования к вакантной должности с учетом анализа рынка труда на основе научного подхода, осуществляя соответствующий документооборот
Индикатор 2	ПК-1.2 Осуществляет выбор способов и методов привлечения персонала, поиск во внутренних и внешних источниках информации о кандидатах, оценивает их соответствие требованиям вакантной должности
Индикатор 3	ПК-1.3 Информировать и консультирует руководителей подразделений по вопросам рынка труда и привлечения персонала

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:	
3.1.1	Особенности функционирования рынка труда; содержание маркетинговой концепции управления персоналом; теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентоспособности организации на рынке труда.	
3.2	Уметь:	
3.2.1	Анализировать факторы, влияющие на динамику рынка труда; оценивать состояние внутреннего и внешнего рынка труда; осуществлять планирование потребности в персонале, сегментирование рынка труда на основе выявления требований к персоналу и запросов к работодателю; разрабатывать управленческие решения, направленные на повышение конкурентоспособности организации в области подбора и привлечения персонала.	
3.3	Владеть:	
3.3.1	Методами сбора информации о состоянии рынка труда; навыками разработки и реализации маркетинговых программ в области персонал; навыками оценки эффективности меро-приятий по содействию занятости и маркетинго-вых программ в области персонала.	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел	Раздел 1. Понятие маркетинга и маркетинговой среды						
1.1	Лек	Сущность и основные термины маркетинга	4	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.6Л3.2	1	Лекция-визуализация, ПК-1.2, ПК-1.3
1.2	Лек	Цели, принципы, функции маркетинга	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,25	Лекция-визуализация, ПК-1.2, ПК-1.3

1.3	Лек	Концепции управления маркетингом	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,25	Лекция- визуализация , ПК-1.2, ПК- 1.3
1.4	Лек	Маркетинговая среда	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,25	Лекция- визуализация , ПК-1.2, ПК- 1.3
1.5	Пр	Понятие и сущность маркетинга	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,5	Дискуссия, ПК-1.2, ПК- 1.3
1.6	Пр	Маркетинговая среда	4	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,5	Дискуссия, ПК-1.2, ПК- 1.3
1.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	26	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК- 1.3
1.8	Контр.раб .	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК- 1.3
1.9	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК- 1.3
	Раздел	Раздел 2. Основы функционирования рынка труда						
2.1	Лек	Рынок труда: понятия, особенности и элементы	4	0,5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК- 1.3
2.2	Лек	Функции рынка труда и факторы его развития	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК- 1.3
2.3	Лек	Модели рынка труда	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК- 1.3
2.4	Лек	Динамика рынка труда	4	0,5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК- 1.3

2.5	Пр	Рынок труда и особенности его функционирования	4	3	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.2	1	Работа в малых группах, ПК-1.1, ПК-1.3
2.6	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	26	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК-1.3
2.7	Контр.раб .	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК-1.3
2.8	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК-1.3
	Раздел	Раздел 3. Маркетинг персонала на рынке труда						
3.1	Лек	Возникновение и развитие маркетинга персонала	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,25	Лекция-беседа, ПК-1.2, ПК-1.3
3.2	Лек	Маркетинговая концепция управления персоналом	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,25	Лекция-беседа, ПК-1.2, ПК-1.3
3.3	Лек	Структуризация целей маркетинга персонала	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,25	Лекция-беседа, ПК-1.2, ПК-1.3
3.4	Лек	Функции маркетинга персонала	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
3.5	Пр	Маркетинговые концепции управления персоналом	4	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.1 Л3.2	0,5	Дискуссия, ПК-1.2, ПК-1.3
3.6	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	19	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.1 Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
3.7	Контр.раб .	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3

3.8	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
	Раздел	Раздел 4. Маркетинговые исследования рынка труда						
4.1	Лек	Система маркетинговой информации	4	0,5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,5	Лекция-визуализация, ПК-1.1, ПК-1.3
4.2	Лек	Процесс маркетинговых исследований рынка труда	4	0,5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,5	Лекция-визуализация, ПК-1.1, ПК-1.3
4.3	Лек	Структура маркетинговых исследований рынка труда	4	0,5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0,5	Лекция-визуализация, ПК-1.1, ПК-1.3
4.4	Лек	Планирование потребности в персонале	4	0,5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК-1.3
4.5	Лек	Источники и пути покрытия потребности в персонале	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК-1.3
4.6	Пр	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.1 Л3.2	1	Работа в малых группах, ПК-1.1, ПК-1.3
4.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	18	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.1 Л3.2	0	ПК-1.1, ПК-1.3
4.8	Контр.раб.	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК-1.3
4.9	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.1, ПК-1.3
	Раздел	Раздел 5. Сегментация в маркетинге						
5.1	Лек	Целевой маркетинг и сегментирование рынка труда	4	0,5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3

5.2	Лек	Требования к персоналу и запросы к работодателю	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
5.3	Лек	Стратегии охвата целевых сегментов	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
5.4	Лек	Формирование конкурентных преимуществ организации на на рынке труда	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
5.5	Пр	Сегментация рынка	4	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.1 Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
5.6	Пр	Выявление требований к персоналу и запросов к работодателю	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.1 Л3.2	0,5	Работа в малых группах, ПК-1.2, ПК-1.3
5.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	18	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.1 Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
5.8	Контр.раб	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
5.9	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
	Раздел	Раздел 6. Комплекс маркетинга на рынке труда						
6.1	Лек	Комплекс маркетинга. Товарная политика	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
6.2	Лек	Ценовая политика	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
6.3	Лек	Политика распределения	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
6.4	Лек	Коммуникативная политика	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3

6.5	Лек	Эффективность маркетинговых мероприятий на рынке труда	4	0,25	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
6.6	Пр	Реализация комплекса маркетинга персонала на рынке труда	4	3	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.1 Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
6.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	28	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.1 Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
6.8	Контр.раб	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3
6.9	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	5	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.4 Л2.6Л3.2	0	ПК-1.2, ПК-1.3

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Образовательные технологии с использованием интерактивных методов обучения (круглый стол (дискуссия))

Технология коллективного взаимодействия (работа в малых группах) (самостоятельное изучение обучающимися нового материала посредством сотрудничества в малых группах, дает возможность всем участникам участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения)

Технология проблемного обучения (постановка научной и учебной задачи перед обучающимися, в процессе решения задачи обучающиеся учатся самостоятельно находить необходимую информацию, способы решения, осуществляется развитие познавательной активности, творческого мышления и иных личных качеств)

Традиционная (репродуктивная) технология (преподаватель знакомит обучающихся с порядком выполнения задания, наблюдает за выполнением и при необходимости корректирует работу обучающихся)

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы для собеседования по практическим занятиям:

Раздел 1. Понятие маркетинга и маркетинговой среды

- 1.1. Какие определения маркетинга вам известны?
- 1.2. На какие принципы опирается маркетинговая деятельность организации?
- 1.3. Какие функции выполняет маркетинг?
- 1.4. Что собой представляет комплекс маркетинга?
- 1.5. Какие существуют концепции маркетинга и в каких случаях они могут применяться?
- 1.6. Что собой представляет маркетинговая среда?
- 1.7. Перечислите факторы микро- и макросреды.
- 1.8. Как влияют указанные факторы на деятельность организации?
- 1.9. Какие из факторов маркетинговой среды контролируются организацией?
- 1.10. Какие возможности для управляющих предоставляет SWOT-анализ?

Раздел 2. Основы функционирования рынка труда

- 2.1. Что представляет собой рынок труда? Каковы его особенности?
- 2.2. Назовите субъектов рынка труда.
- 2.3. Дайте определения понятиям «рабочая сила», «трудовые ресурсы», «экономически активное население».
- 2.4. Какие факторы определяют возможности для развития рынка труда?
- 2.5. Каково значение демографических факторов в развитии рынка труда?
- 2.6. Какую цель преследует демографическая политика России?
- 2.7. В чем особенности миграционных процессов? Каково их влияние на рынок труда?
- 2.8. Какие методы управления миграцией Вы можете назвать?

2.9. В чем разница между научно-технической революцией и научно-техническим прогрессом?

2.10. Какие последствия имеет научно-техническая революция?

Раздел 3. Маркетинг персонала на рынке труда

3.1. Каковы особенности современного подхода к управлению персоналом?

3.2. В чем причины развития маркетинга персонала?

3.3. Что представляет собой маркетинговая концепция управления персоналом?

3.4. Какие функции реализует маркетинг персонала?

3.5. Какое место занимает маркетинг персонала в общей политике организации?

3.6. Какие цели преследует маркетинг персонала?

3.7. На кого направлен внутренний маркетинг персонала и на кого – внешний?

3.8. Какие этапы маркетинговой деятельности в области маркетинга персонала можно выделить?

Раздел 4. Маркетинговые исследования рынка труда

4.1. Что такое маркетинговое исследование и какова цель его проведения?

4.2. Какова структура маркетинговых исследований рынка труда?

4.3. Где и как используются результаты маркетингового исследования?

4.4. Какие методы используются для сбора информации?

4.5. Какие требования предъявляются к маркетинговой информации?

4.6. Какие направления маркетинговых исследований рынка труда Вам известны?

4.7. Что выступает в качестве объекта по каждому направлению?

4.8. Каковы основные этапы маркетингового исследования рынка труда?

4.9. Какие существуют методы сбора маркетинговой информации?

4.10. В чем особенности стратегического планирования потребности в персонале?

4.11. Перечислите количественные и качественные критерии потребности в персонале.

4.12. Какие существуют источники и пути покрытия потребности в персонале? В каких случаях они эффективны?

Раздел 5. Сегментация в маркетинге

5.1. Что такое сегмент рынка?

5.2. С какой целью производится сегментирование?

5.3. Какие критерии могут применяться для сегментирования рынка труда?

5.4. Какие параметры используют для оценки привлекательности сегмента?

5.5. Какие стратегии охвата рынка труда существуют и когда их применение оправдано?

5.6. За счет чего организация может обеспечить свое конкурентное положение на рынке труда?

5.7. Какие запросы предъявляют к работодателям различные целевые аудитории?

Раздел 6. Комплекс маркетинга на рынке труда

6.1. Из каких элементов состоит комплекс маркетинга организации? А комплекс маркетинга персонала?

6.2. Какие решения принимают при разработке товарной политики?

6.3. Что такое товар в маркетинге и каковы его виды?

6.4. Какие статьи затрат включаются в расходы предприятия на персонал?

6.5. Какова роль заработной платы в обеспечении функционирования рынка труда?

6.6. Какие вопросы решаются в рамках политики распределения?

6.7. В чем сущность коммуникативной политики?

6.8. Какие направления реализации коммуникативной функции маркетинга персонала выделяют?

6.9. Как можно оценить эффективность маркетинговых мероприятий на рынке труда?

Перечень тем для дискуссии:

1. Маркетинг – философия и методология современного предпринимательства

2. Использование маркетинговых принципов в управлении персоналом

3. Состав маркетинговой среды организации

4. Влияние факторов маркетинговой среды на результаты деятельности организации

5. Сегментирование рынка – цели, принципы сегментирования и критерии выбора целевых сегментов

6. Формирование конкурентных преимуществ организации на основе сегментации рынка труда

7. Состав комплекса маркетинга персонала

8. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала

6.2. Темы письменных работ

Темы контрольных работ:

1. Конкурентоспособность организации на рынке труда

2. Подходы к определению качества трудовой жизни

3. Маркетинг в кадровых службах

4. Глобализация маркетинговой деятельности компании. Кадровый аспект

5. Значение взаимодействия службы управления персоналом и службы маркетинга предприятия

6. Социальные основы маркетинга персонала

7. Маркетинг кадрового обеспечения

8. Кадровая безопасность организации

9. Прогнозирование спроса, предложения, потребностей в персонале

10. Изучение имиджа организации как работодателя на рынке труда

11. Маркетинговая деятельность по покрытию потребностей в персонале

12. Разработка требований к персоналу

13. Анализ затрат на приобретение и использование персонала

14. Антикризисное управление персоналом
 15. Система управления маркетингом персонала организации
 16. Влияние маркетинга на деятельность организации
 17. Сущность и цели маркетинговой деятельности организации
 18. Внешний и внутренний маркетинг персонала
 19. Концепции маркетинга и их применение в организациях
 20. Управление процессами сбора информации
 21. Маркетинговые исследования рынка труда
 22. Планирование маркетингового исследования и его реализация
 23. Методы и инструментальный маркетингового исследования рынка труда
 24. Потребительское поведение на рынке труда
 25. Условия эффективного сегментирования рынка труда и определение целевых рынков
 26. Товарная политика организации на рынке труда
 27. Ценообразование и ценовые стратегии в разработке комплекса маркетинга
 28. Сбытовая политика организации. Управление каналами сбыта
 29. Продвижение товаров на рынке труда
 30. Инвестиции в образование и профессионально-квалификационное развитие рабочей силы

Контрольная работа включает теоретическую и практическую части. В теоретической части рассматривается один вопрос из представленного списка. Практическая часть включает проведение исследования маркетинговой деятельности в области персонала применительно к конкретной организации (по выбору обучающегося).

6.3. Фонд оценочных средств

Экзаменационные вопросы:

- 1.1. Основные понятия и термины маркетинга
- 1.2. Цели, принципы и функции маркетинга
- 1.3. Эволюция концепций управления маркетингом
- 1.4. Понятие и маркетинговой среды
- 1.5. Основные факторы микро- и макросреды
- 2.1. Рынок труда: основные понятия, особенности и элементы
- 2.2. Экономически активное население и трудовые ресурсы
- 2.3. Функции рынка труда и факторы его развития
- 2.4. Модели рынка труда, механизм его функционирования
- 2.5. Демографические процессы и механизм их влияния на рынок труда
- 2.6. Миграция населения: виды, причины, миграционная политика государства
- 2.7. Научно-техническая революция и ее влияние на рынок труда
- 3.1. Современные тенденции в управлении персоналом. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации
- 3.2. Место маркетинга персонала в системе управления процессами на рынке труда
- 3.3. Принципы формирования маркетинговой концепции управления персоналом
- 3.4. Состав и содержание задач маркетинга персонала
- 3.5. Внутренний и внешний маркетинг персонала
- 3.6. Постановка и структуризация целей маркетинга персонала
- 3.7. Основные направления реализации функций маркетинга персонала
- 4.1. Система маркетинговой информации
- 4.2. Методы сбора маркетинговой информации
- 4.3. Процесс маркетинговых исследований рынка труда
- 4.4. Структура маркетинговых исследований рынка труда
- 4.5. Стратегическое и тактическое планирование потребности в персонале
- 4.6. Источники и пути покрытия потребности в персонале
- 5.1. Целевой маркетинг
- 5.2. Сегментирование рынка труда
- 5.3. Охват целевых сегментов рынка труда
- 5.4. Формирование конкурентных преимуществ организации на рынке труда
- 5.5. Выявление и классификация требований к персоналу и запросов к работодателю
- 6.1. Понятие и составные элементы комплекса маркетинга
- 6.2. Товарная политика организации на рынке труда.
- 6.3. Жизненный цикл товаров.
- 6.4. Цена товара и методы ее формирования. Особенности ценообразования на рынке труда.
- 6.5. Ценовая политика и ценовая функция маркетинга на рынке труда.
- 6.6. Определение затрат и формирование цены на приобретение и использование персонала
- 6.7. Распределение товаров, стратегии сбыта.
- 6.8. Маркетинговые коммуникации, методы и функции продвижения.
- 6.9. Коммуникативная функция маркетинга на рынке труда.
- 6.10. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий на рынке труда.

6.4. Перечень видов оценочных средств

Вопросы для собеседования; темы для дискуссии; темы контрольных работ; экзаменационные вопросы.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
7.1. Рекомендуемая литература					
7.1.1. Основная литература					
	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
ЛП. 1	Цахаев Р. К., Муртузалиев а Т. В.	Маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2021	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684283
ЛП. 2	Карташов С. А., Конобеева А. Б., Гурцкой Д. А., Самраилова Е. К., Тохтиева Л. Н., Шапиро С. А.	Современные аспекты маркетинга персонала: учебник	Москва: Директ-Медиа, 2022	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694511
ЛП. 3	Патласов О. Ю.	Маркетинг персонала: учебник	Москва: Дашков и К°, 2023	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710992
ЛП. 4	Калужский М. Л.	Маркетинг на рынке труда: учебник	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2021	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598993
7.1.2. Дополнительная литература					
	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л2. 1	Ильина И. Ю., Потехина Е. В.	Рынок труда и маркетинг персонала: учебное пособие	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2020	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574100
Л2. 2	Шапиро С. А., Самраилова Е. К.	Практикум по дисциплине «Маркетинг персонала»: учебное пособие	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2020	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571001
Л2. 3	Низова Л. М.	Современный рынок труда и занятость населения: практикум	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2018	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560488
Л2. 4		Маркетинг персонала: практикум	Ставрополь: Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2016	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089
Л2. 5	Поварич И. П., Поварич М. Д., Кузнецова Т. А.	Рынок труда: учебное пособие	Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2019	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600396
Л2. 6	Сафронова Н. Б.	Маркетинговые исследования: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2022	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403
7.1.3. Методические разработки					
	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
ЛЗ. 1	Грудистова Е.Г.	Маркетинг персонала: методические указания к выполнению практических работ	Братск: БрГУ, 2020	1	http://ecat.brstu.ru/catalog/Учебные%20и%20учебно-методические%20пособия/Экономика%20и%20управление/Грудистова%20Е.Г.Маркетинг%20персонала.МУкПР.2020.PDF

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
ЛЗ. 2	Грудистова Е.Г.	Маркетинг на рынке труда : методические указания по выполнению контрольной работы и самостоятельной работе студентов	Братск : БрГУ, 2023	1	https://ecat.brstu.ru/catalog/Учебные%20и%20учебно-методические%20пособия/Экономика%20и%20управление/Грудистова%20Е.Г.%20Маркетинг%20на%20рынке%20труда.%20МУкКРиСР.%202023.pdf

7.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level
7.3.1.2	Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level
7.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC

7.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Национальная электронная библиотека НЭБ
7.3.2.2	Электронная библиотека БрГУ
7.3.2.3	Электронный каталог библиотеки БрГУ
7.3.2.4	«Университетская библиотека online»
7.3.2.5	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оснащение аудитории	Вид занятия
3217	Учебная аудитория (мультимедийный класс)	Основное оборудование: - интерактивная доска SMART Board 680i2/Unifl, - интерактивный планшет Wacom PL-720, - колонки Microlab Solo-7C, - ноутбук Samsung R610<NP-R610-FS08>, - телевизор плазменный Samsung 63 PS-63A756T1M. Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест) – 60 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт	Лек
3234	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - системный блок AMD Ryzen 5 7600X 4.70GHz 16 Gb (16 шт.); - монитор MSI PRO MP 242 Series (16 шт.). Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 24/16 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.	Пр
3236	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - системный блок AMD A10-7800 Radeon R7 (12 шт.), - системный блок для слабовидящих пользователей AMD A10-7850K (1 шт.), - монитор Philips233 V5QHABP (13 шт.). Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 26/12 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.; - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) для оператора – 1/1 шт.	Пр
3101	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - ПК AMD 3.9 GHz 4GbDVD 19 KbMs (11 шт.). Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 20/11 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.;	Пр
2201	читальный зал №1	Комплект мебели (посадочных мест) Стеллажи Комплект мебели (посадочных мест) для библиотекаря Выставочные шкафы ПК i5-2500/H67/4Gb (монитор TFT19 Samsung) (10шт.); принтер HP Laser Jet P2055D (1шт.)	Ср

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

Изучение курса «Маркетинг на рынке труда» предполагает равномерный режим работы и ритмичный ее характер. Так, проработка лекционного материала осуществляется в течение семестра. При этом необходимо написание конспекта

лекций, изучение основных терминов и понятий. В ходе проведения практических занятий производится обобщение, систематизация, углубление и конкретизация полученных теоретических знаний, выработка способности и готовности их использования на практике. При подготовке к ним требуется проработка основной и дополнительной литературы, терминов, сведений, являющихся основополагающими в теме/разделе, а также выполнение заданий, необходимых для участия в интерактивной, активной и инновационных формах обучения по исследуемым вопросам. Другой частью самостоятельной работы обучающихся является написание контрольной работы и подготовка к экзамену. При этом необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и использовать ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».