

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

"БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

_____ А.М. Патрусова

_____ 15 мая _____ 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.03 Маркетинг на рынке труда

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

Учебный план bv380303_25_УП.plx
38.03.03 Управление персоналом

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:

Экзамен 4, Контрольная работа 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 31.01.2025 № 61.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Протокол от 25.04.2025 г. № 10

Срок действия программы: 4 г. 6 м.

И.о. зав. кафедрой Гончарова Н.А.

Председатель МКФ

доцент, к.э.н., Грудистова Е.Г. 29.04.2025 г. № 8

Ответственный за реализацию ОПОП _____ Гончарова Н.А.

Директор библиотеки _____ Сотник Т.Ф.

№ регистрации _____ 31 _____

Визирование РПД для исполнения в учебном году

Председатель МКФ

_____ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 20__ -20__ учебном году на заседании кафедры

Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 20__ 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****ПК-1.1: Формирует и корректирует требования к вакантной должности с учетом анализа рынка труда на основе научного подхода, осуществляя соответствующий документооборот**

Знать: особенности функционирования рынка труда

Уметь: анализировать факторы, влияющие на динамику рынка труда, оценивать состояние внутреннего и внешнего рынка труда;

Владеть: методами сбора информации о состоянии рынка труда

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

Знать: содержание маркетинговой концепции управления персоналом;

Уметь: осуществлять планирование потребности в персонале, сегментирование рынка труда на основе выявления требований к персоналу и запросов к работодателю

Владеть: навыками разработки и реализации маркетинговых программ в области персонала

ПК-1.3: Информировывает и консультирует руководителей подразделений по вопросам рынка труда и привлечения персонала

Знать: теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентоспособности организации на рынке труда

Уметь: разрабатывать управленческие решения, направленные на повышение конкурентоспособности организации в области подбора и привлечения персонала

Владеть: навыками оценки эффективности мероприятий по содействию занятости и маркетинговых программ в области персонала

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр / Курс	Часов	Индикаторы	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел	Раздел 1. Понятие маркетинга и маркетинговой среды						
1.1	Лек	Сущность и основные термины маркетинга	4	1	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	1	Лекция-визуализация
1.2	Лек	Цели, принципы, функции маркетинга	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0,25	Лекция-визуализация
1.3	Лек	Концепции управления маркетингом	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0,25	Лекция-визуализация

1.4	Лек	Маркетинговая среда	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0,25	Лекция-визуализация
1.5	Пр	Понятие и сущность маркетинга	4	2	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0,5	Дискуссия
1.6	Пр	Маркетинговая среда	4	1	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0,5	Дискуссия
1.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	20	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
1.8	Контр.раб.	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
1.9	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	9	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
	Раздел	Раздел 2. Основы функционирования рынка труда						
2.1	Лек	Рынок труда: понятия, особенности и элементы	4	0,5	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
2.2	Лек	Функции рынка труда и факторы его развития	4	0,25	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
2.3	Лек	Модели рынка труда	4	0,25	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
2.4	Лек	Динамика рынка труда	4	0,5	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
2.5	Пр	Рынок труда и особенности его функционирования	4	3	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7Л3.2	1	Работа в малых группах
2.6	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	20	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	

2.7	Контр.ра б.	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1.1 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
2.8	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	9	ПК-1.1 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
	Раздел	Раздел 3. Маркетинг персонала на рынке труда						
3.1	Лек	Возникновение и развитие маркетинга персонала	4	0,25	ПК-1.2 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0,25	Лекция- беседа
3.2	Лек	Маркетинговая концепция управления персоналом	4	0,25	ПК-1.2 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0,25	Лекция- беседа
3.3	Лек	Структуризация целей маркетинга персонала	4	0,25	ПК-1.2 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0,25	Лекция- беседа
3.4	Лек	Функции маркетинга персонала	4	0,25	ПК-1.2 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
3.5	Пр	Маркетинговые концепции управления персоналом	4	4	ПК-1.2 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0,5	Дискуссия
3.6	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	17	ПК-1.2 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
3.7	Контр.ра б.	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1.2 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
3.8	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	9	ПК-1.2 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
	Раздел	Раздел 4. Маркетинговые исследования рынка труда						
4.1	Лек	Система маркетинговой информации	4	0,5	ПК-1.1 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0,5	Лекция- визуализаци я
4.2	Лек	Процесс маркетинговых исследований рынка труда	4	0,5	ПК-1.1 ПК- 1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0,5	Лекция- визуализаци я

4.3	Лек	Структура маркетинговых исследований рынка труда	4	0,5	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0,5	Лекция-визуализация
4.4	Лек	Планирование потребности в персонале	4	0,5	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	ПК-1.1, ПК-1.3
4.5	Лек	Источники и пути покрытия потребности в персонале	4	0,25	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
4.6	Пр	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала	4	2	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	1	Работа в малых группах
4.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	18	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
4.8	Контр.раб.	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
4.9	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	9	ПК-1.1 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
	Раздел	Раздел 5. Сегментация в маркетинге						
5.1	Лек	Целевой маркетинг и сегментирование рынка труда	4	0,5	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
5.2	Лек	Требования к персоналу и запросы к работодателю	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
5.3	Лек	Стратегии охвата целевых сегментов	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
5.4	Лек	Формирование конкурентных преимуществ организации на рынке труда	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
5.5	Пр	Сегментация рынка	4	1	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	

5.6	Пр	Выявление требований к персоналу и запросов к работодателю	4	2	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0,5	Работа в малых группах
5.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	16	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
5.8	Контр.ра б.	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
5.9	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	9	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
	Раздел	Раздел 6. Комплекс маркетинга на рынке труда						
6.1	Лек	Комплекс маркетинга. Товарная политика	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
6.2	Лек	Ценовая политика	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
6.3	Лек	Политика распределения	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
6.4	Лек	Коммуникативная политика	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	
6.5	Лек	Эффективность маркетинговых мероприятий на рынке труда	4	0,25	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
6.6	Пр	Реализация комплекса маркетинга персонала на рынке труда	4	3	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
6.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	4	20	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
6.8	Контр.ра б.	Подготовка и написание контрольной работы	4	4	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.2	0	

6.9	Экзамен	Подготовка к экзамену	4	9	ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2	0	
-----	---------	-----------------------	---	---	---------------	--	---	--

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. Текущий контроль

Текущим контролем успеваемости обучающихся является межсессионная аттестация – единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам/практикам.

Порядок проведения, содержание и особенности текущего контроля успеваемости представлены в разработанном Фонде оценочных средств для данной дисциплины.

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 инструментарий 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. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Порядок проведения, содержание и критерии оценивания итоговой промежуточной аттестации представлены в Фонде

оценочных средств для данной дисциплины.

6.4. Перечень видов оценочных средств

ПЗ, кр, 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	Калужский М. Л.	Маркетинг на рынке труда: учебник	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2021	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598993
ЛП. 2	Патласов О. Ю.	Маркетинг персонала: учебник	Москва: Дашков и К°, 2023	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=710992
ЛП. 3	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. 4	Чертыковцев В. К.	Маркетинг: учебник для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2025	1	https://e.lanbook.com/book/462350

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
ЛП. 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
ЛП. 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
ЛП. 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
ЛП. 4	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
ЛП. 5	Романов А. А., Басенко В. П., Жуков Б. М.	Маркетинг: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2024	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=710166
ЛП. 6	Сафронова Н. Б.	Маркетинговые исследования: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2022	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л2. 7	Карпова С. В., Бугакова Н. П., Константиныди Х. А., Никитас Д. В., Поляков В. А., Рожков И. В., Жильцова О. Н.	Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2025	1	https://urait.ru/bcode/560242

7.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л3. 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
Л3. 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	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
7.3.2.2	«Университетская библиотека online»
7.3.2.3	Электронный каталог библиотеки БрГУ
7.3.2.4	Электронная библиотека БрГУ
7.3.2.5	Национальная электронная библиотека НЭБ

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 ASUS Vivobook, - телевизор LED 75" (190 см) Xiaomi TV A Pro 75 2025. Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест) – 60 шт.; - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) для преподавателя – 1/1 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 Ryzen 5 7600X 4.70GHz 16 Gb (13 шт.); - монитор MSI PRO MP 242 Series (13 шт.).	Пр

		Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 26/13 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.	
3101	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - Системный блок UNIT Office – 10 шт.; - Системный блок для слабовидящих пользователей USN AMD A10 -7850K/A88XM-E/HX318C10FRK2/8 – 1 шт.; - Терминал вывода данных (Монитор) Philips233 V5QHABP – 11 шт.; Дополнительно: - маркерная доска - 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 20/11шт.; - 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».

Практические занятия реализуются в форме практической подготовки при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов заданий, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы.