



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра предпринимательства и управления в сфере услуг и рекламы**

УТВЕРЖДАЮ

декан факультета бизнес-коммуникаций и  
информатики

М.Г. Синчурина

«18» марта 2026 г

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.В.09 Маркетинг персонала**

*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))*

Направление подготовки:

**38.03.03 Управление персоналом**

*(код, наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) подготовки:

**Управление персоналом**

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

*(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*)*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой  
предпринимательства и управления в сфере  
услуг и рекламы:

Протокол № 7 от «18» марта 2026 г.

Протокол № 8 от «11» марта 2026 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

Е.А. Волохова

## СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов .....	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	5
4.3 Содержание учебного материала .....	7
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ .....	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов .....	8
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов .....	9
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....	12
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	13
а) основная литература .....	13
б) дополнительная литература .....	13
в) периодическая литература .....	13
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы .....	13
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	14
6.1. Учебно-лабораторное оборудование .....	14
6.2. Программное обеспечение .....	16
6.3. Технические и электронные средства .....	16
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	16
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	17
8.1. Оценочные средства текущего контроля .....	18
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....	21

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Цели:** получение основ теоретических знаний и практических навыков, связанных со сферой маркетинга персонала на разных уровнях его реализации, а также формирование знаний и практических навыков по сбору, хранению, обработке, анализу и оценке информации, необходимой для управления деятельностью организации с соблюдением действующего законодательства и нормативных документов, обеспечивающих изучение основной образовательной программы.

### **Задачи:**

- разработка политики формирования системы маркетинга персонала на основе общей стратегии организации в различных аспектах;
- обеспечение разработки и осуществление принципов маркетингового планирования в системе управления персоналом;
- выбор эффективных маркетинговых средств управления персоналом;
- обобщение современного зарубежного и отечественного опыта;
- изучение внутренней и внешней среды организации;
- анализ рынка труда, требований рынка и работодателя к работнику;
- исследование имиджа организации как работодателя;
- определение принципов формирования кадровой политики организации и HR-бренда.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Маркетинг персонала» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина предназначена для формирования аналитического мышления путем освоения базовых понятий в области анализа рынка труда, менеджмента, экономики, психологии, управленческие действия осуществляются с позиции применения маркетингового подхода.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Менеджмент;
- Профессиональная экосистема;
- Маркетинг.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Подбор, адаптация и оценка персонала;
- Моделирование и прогнозирование социально-трудовых процессов;
- Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы);
- Информационно-аналитические технологии в управлении персоналом;
- Построение HR-бренда организации.

## **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),  
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
ПК-1		Знает основы кадрового планирования, основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала, критерии подбора персонала, основы найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала
ПК-7		Владеет навыками анализа рынка труда, определения потребности в трудовых ресурсах и составления профиля должности

**IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов, в том числе 36 часов на контроль, из них 36 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 22 часа самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов**

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа		
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации			
<b>1. Маркетинг персонала: история и перспективы</b>			<b>6</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>8</b>		
1	Маркетинг персонала: подходы к определению, уровни и виды	4	2	4	0	2		
2	Эволюция маркетинга персонала. Функции маркетинга персонала	4	2	4	0	2		
3	Технологии маркетинга персонала	4	2	4	0	4		
<b>2. Имидж организации</b>			<b>4</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>8</b>		

4	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	4	2	4	0	4	
5	Работа с HR-брендом	4	2	6	0	4	
<b>3. Маркетинговые исследования</b>			<b>6</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	
6	Маркетинговые исследования в области персонала	4	3	6	0	2	
7	Порядок разработки и внедрения требований к должностям. Описание функционала сотрудников	4	3	6	0	4	
<b>Итого за 4 семестр</b>			<b>16</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>Экз (36)</b>
<b>Итого часов</b>			<b>16</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се-местр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце-ночное сред-ство	Учебно-методи-ческое обеспе-чение само-стоя-тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол-нения	Зат-раты вре-мени, час. (из них с при-мене-нием ДОТ)		
4	Маркетинг персонала: подходы к определению, уровни и виды	<b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста	1	2 (2)	Д	1,2,3
4	Эволюция маркетинга персонала. Функции маркетинга персонала	<b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста  <b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций  <b>Для формирования умений:</b> решение задач	2	2 (2)	Пз	1,2,3

4	Технологии маркетинга персонала	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p>	3	4 (4)	Тест, Проект	1,2,3
4	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> составление плана и тезисов ответа</p>	4	4 (4)	Тест, Проект	1,2,3
4	Работа с HR-брендом	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, подготовка доклада</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p>	5	4 (4)	Проект	1,2,3
4	Маркетинговые исследования в области персонала	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, подготовка доклада</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач</p>	6	2 (2)	Тест, Пз	1,2,3
4	Порядок разработки и внедрения требований к должностям. Описание функционала сотрудников	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, подготовка доклада</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену</p>	8	4 (4)	Проект	1,2,3
<b>Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)</b>				<b>22</b>		

<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>	<b>22</b>		
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>	<b>22</b>		

#### 4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
Наименование основных разделов (модулей)	1. Маркетинг персонала: история и перспективы 2. Имидж организации 3. Маркетинговые исследования
Формы текущего контроля	Конспект лекций, устный опрос, практическое задание, доклад/презентация, тест, проект, решение задач, деловая игра
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Маркетинговые концепции управления персоналом. Основные элементы рынка труда: субъекты, инфраструктура, конъюнктура. Факторы и характеристики (индикаторы) конъюнктуры рынка труда.. Маркетинговый подход	4 (0)	КЛ, УО, Пз	ПК-1, ПК-7
2	2	Эволюция маркетинга персонала. Сущность и функции маркетинга персонала	4 (0)	КЛ, УО	ПК-1, ПК-7

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
3	3	Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации. Методологические основы маркетинга персонала	4 (0)	Тест, УО, КЛ	ПК-1, ПК-7
4	4	Требования к работникам и должностям. Имиджевые практики	4 (0)	Тест, КЛ, РЗ	ПК-1, ПК-7
5	5	HR-бренд. Профессии будущего	6 (0)	КЛ, Деловая игра	ПК-1, ПК-7
6	6	Маркетинговые исследования в области персонала. Сегментирование рынка труда и маркетинговые исследования	6 (0)	Тест, КЛ, УО	ПК-1, ПК-7
7	7	Требования к работникам и должностям. Требования к персоналу	6 (0)	КЛ, Пз	ПК-1, ПК-7

**4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов**

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Маркетинг персонала: подходы к определению, уровни и виды	Сущность и функции маркетинга персонала	ПК-1, ПК-7	ПК-1 ПК-7
2	Эволюция маркетинга персонала. Функции маркетинга персонала	Подготовка к практическому занятию	ПК-1, ПК-7	ПК-1 ПК-7
3	Технологии маркетинга персонала	Технологии маркетинга персонала	ПК-1, ПК-7	ПК-1 ПК-7

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
4	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	Имидж организации	ПК-1, ПК-7	ПК-1 ПК-7
5	Работа с HR-брендом	HR-бренд организации	ПК-1, ПК-7	ПК-1 ПК-7
6	Маркетинговые исследования в области персонала	Интенсивность использования персонала	ПК-1, ПК-7	ПК-1 ПК-7
7	Порядок разработки и внедрения требований к должностям. Описание функционала сотрудников	Документирование и формирование банка данных по персоналу (карта компетенций, должностные инструкции и т.д.)	ПК-1, ПК-7	ПК-1 ПК-7

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

**Подготовка к лекции.** Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной

дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к практическому занятию.** Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к контрольной работе.** Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

**Подготовка к экзамену.** Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

#### **Формы внеаудиторной самостоятельной работы**

**Составление глоссария** Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по

одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина

Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Разработка проекта** (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

**Информационный поиск** Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);

- б) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

**Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **а) основная литература**

1. Патласов, Олег Юрьевич. Маркетинг персонала [Текст] : учеб. для студ вузов, обуч. по направл. подготовки "Управление персоналом" (квалификация (степень) бакалавр) / О. Ю. Патласов. - М. : Дашков и К', 2016. - 383 с. : табл. ; 22 см. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 381-383. - ISBN 978-5-394-02354-5 : 330.00 р.

2. Чебунин, Виктор Петрович. Управление персоналом [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. П. Чебунин. - ЭВК. - Иркутск : Оттиск, 2013. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-905847-66-0 : 50.00 р.

3. Резник, Семен Давыдович. Организационное поведение [Текст] : учебник для студ. вузов / С. Д. Резник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Инфра-М, 2012. - 459 с. : ил. ; 22 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 449-455. - ISBN 978-5-16-004802-4 : 362.89 р.

4. Федорова, Анна Валерьевна. Основы деловой и публичной коммуникации [Текст] : учеб. пособие для направл. бакалавриата "Упр. персоналом", "Менеджмент" и "Реклама и связи с общественностью" / А. В. Федорова. - М. : КноРус, 2021. - 218 с. : ил., табл. ; 22 см. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 208-211. - ISBN 978-5-406-06516-7 : 702.45 р.

### **б) дополнительная литература**

1. Новаторов, Владимир Ефимович. Культура маркетинга [Текст] : учебное пособие / В. Е. Новаторов. - М. : Форум, 2012. - 223 с. ; 20 см. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 218-222. - ISBN 978-5-91134-589-1 : 208.89 р.

2. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг [Текст] : практикум : учеб. пособие для студ. вузов / под ред. Т. Д. Бурменко. - М. : КноРус, 2015. - 421 с. ; 21 см. - Авт. указаны на 5-й с. - Библиогр. в конце разд. - ISBN 978-5-406-03952-6 : 590.00 р.

3. Осовицкая, Нина. HR #digital #бренд #аналитика #маркетинг [Текст] : науч. изд. / Н. Осовицкая. - СПб. : Питер, 2019. - 400 с. ; 22 см. - (Деловой бестселлер) (Библиотека компании HeadHunter : hh). - ISBN 978-5-4461-1188-6 : 450.00 р.

### **в) периодическая литература**

1. Управление персоналом [Электронный ресурс] : журнал

### **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № бК-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

## **VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Учебно-лабораторное оборудование**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
---	---	--

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
--	---	---

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014  Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcddsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)  Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	--

### 6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2019	Условия правообладателя

### 6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
---------------------	---

Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1	Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом. Стратегический HR-менеджмент. Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование.	ПЗ	Доклады, дискуссия	4
2	Маркетинговые исследования рынка труда. Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю.	ПЗ	Доклады, дискуссия	4

## VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Конспект лекций	Маркетинг персонала: подходы к определению, уровни и виды. Эволюция маркетинга персонала. Функции маркетинга персонала. Технологии маркетинга персонала. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала. Работа с HR-брендом. Маркетинговые исследования в области персонала. Порядок разработки и внедрения требований к должностям. Описание функционала сотрудников.	ПК-1, ПК-7
2	Устный опрос	Маркетинг персонала: подходы к определению, уровни и виды. Эволюция маркетинга персонала. Функции маркетинга персонала. Технологии маркетинга персонала. Маркетинговые исследования в области персонала.	ПК-1, ПК-7
3	Практическое задание	Маркетинг персонала: подходы к определению, уровни и виды. Эволюция маркетинга персонала. Функции маркетинга персонала. Маркетинговые исследования в области персонала. Порядок разработки и внедрения требований к должностям. Описание функционала сотрудников.	ПК-1, ПК-7
4	Доклад/презентация	Маркетинг персонала: подходы к определению, уровни и виды.	ПК-1, ПК-7
5	Тест	Технологии маркетинга персонала. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала. Маркетинговые исследования в области персонала.	ПК-1, ПК-7

6	Проект	Технологии маркетинга персонала. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала. Работа с HR-брендом. Порядок разработки и внедрения требований к должностям. Описание функционала сотрудников.	ПК-1, ПК-7
7	Решение задач	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.	ПК-1, ПК-7
8	Деловая игра	Работа с HR-брендом.	ПК-1, ПК-7

### **Примеры оценочных средств для текущего контроля**

#### **Демонстрационный вариант теста**

##### *1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Совокупная оценка личностных и профессиональных возможностей кадрового состава организации на основе изучения трудового потенциала работников и организации в целом

- a. кадровый потенциал работника
- b. трудовой потенциал работника
- c. кадровый потенциал организации

##### *2. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

К какому уровню политики занятости относятся: \* пенсионная политика (регулирование численности трудоспособного населения); \* образовательная политика (воздействие, таким образом, на качество рабочей силы, в первую очередь новой); \* социальная политика (с точки зрения поддержки слабо защищенных групп: молодежи, женщин, инвалидов и др.); \* регулирование доходов, рассматриваемых как цена труда; \* содействие занятости мигрантов, в том числе беженцев и вынужденных переселенцев;

- a. макроуровень
- b. региональный уровень
- c. местный уровень

##### *3. Задание открытой формы. Введите ответ.*

Для какой модели рынка труда характерно: «Система пожизненного найма», предусматривающая гарантии на весь срок трудовой деятельности работников.

##### *4. Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.*

Выбрать из списка безработных граждан, которые имеют право в приоритетном порядке пройти профессиональное обучение и получить дополнительное профессиональное образование

- a. Иванов С.В., прошедший военную службу по призыву в 2017 г., официально трудоустроен не был
- b. Петров С.Г., инвалид 2 группы
- c. Гаврилова Э.П., признана безработной в июле 2022г.
- d. Попова А.А., опекун несовершеннолетнего Рахтилина В.У.
- e. Сидорова Л.И., жена уволенного с военной службы Сидорова Ф.П.

5. *Задание открытой формы. Введите числовой ответ.*

Решение о признании гражданина, зарегистрированного в целях поиска подходящей работы, безработным принимается органами службы занятости по месту жительства гражданина не позднее (...?) дней со дня подачи гражданином заявления о предоставлении ему государственной услуги по содействию в поиске подходящей работы (ввести цифру)

6. *Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.*

При осуществлении содействия занятости инвалидов органами службы занятости совместно с работодателями обеспечиваются:

- a. статистическая отчетность
- b. оплата услуг работодателей
- c. мониторинг трудоустройства и закрепляемости инвалидов на рабочих местах
- d. организация работы с инвалидом психологов, профориентологов, реабилитологов
- e. индивидуальный подход
- f. профориентационная работа

7. *Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Верно ли утверждение: План маркетинга персонала – это система целевых показателей развития системы маркетинга персонала в конкретной организации, а также разбивка маркетинговых мероприятий в сфере персонала на этапы, определение способов достижения поставленных целей, распределение ресурсов, определение ожидаемых результатов и способов их использования

- a. верно
- b. частично верно
- c. неверно

8. *Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.*

Что относится к преимуществам внутренних источников найма

- a. появление новых импульсов для развития
- b. низкие затраты на адаптацию персонала
- c. появление новых идей, использование новых технологий
- d. повышение мотивации, степени удовлетворенности трудом

9. *Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.*

Основными функциями подсистемы развития персонала являются (при необходимости указать несколько)

- a. переподготовка и повышение квалификации работников
- b. разработка стратегии управления персоналом
- c. планирование и прогнозирование персонала
- d. планирование и контроль деловой карьеры
- e. работа с кадровым резервом
- f. организация трудовых отношений

10. *Задание открытой формы. Введите ответ.*

добровольное общественное объединение граждан, связанных общими производственными, профессиональными интересами по роду их деятельности, создаваемое в целях представительства и защиты их социально-трудовых прав и интересов — это

11. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Совокупность количественных и качественных характеристик работника, определяющих его возможности на основе изучения его трудового потенциала

- a. трудовой потенциал работника
- b. кадровый потенциал организации
- c. кадровый потенциал работника

12. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Главная производительная сила общества, включающая трудоспособную часть населения страны, которая благодаря своим психофизиологическим и интеллектуальным качествам способна участвовать в общественно-полезной деятельности, производя материальные и духовные блага и услуги.

- a. рабочая сила
- b. трудовой потенциал
- c. трудовые ресурсы

13. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Обобщающая характеристика меры и качества совокупной способности к труду трудовых ресурсов, их динамизм как непрерывный, развивающийся, многоплановый процесс, характеризующий скрытые, не проявившие еще себя возможности или способности в соответствующей сфере жизнедеятельности

- a. рабочая сила
- b. трудовой потенциал
- c. трудовые ресурсы

## **8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

### **Вопросы к экзамену:**

1. Понятие рынка труда. Особенности российского рынка труда. Принципы формирования организованного рынка труда.

2. Условия для маркетинговой деятельности на рынке труда. Значение маркетинга на рынке труда.

3. Основные концепции маркетинга персонала.

4. Виды маркетинга персонала: маркетинг-микс, массовая стратегия маркетинга, целевая стратегия маркетинга.

5. Информационная функция маркетинга персонала.

6. Коммуникативная функция маркетинга персонала.

7. Ценовая функция маркетинга персонала.

8. Определение качественной и количественной потребности в персонале. Источники покрытия потребности в персонале.

9. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.

10. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.

11. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов.

12. Происхождение термина «имидж». Дайте определение корпоративному имиджу.

Как вы понимаете смысл имиджа в маркетинге персонала?

13. Основные способы выявления запросов соискателей к работодателям. Основные запросы соискателей на рынке труда.

14. Понятие лояльности персонала. Составляющие лояльности персонала. Факторы, способствующие развитию лояльности.

15. Типы удовлетворенности работой. Методы оценки удовлетворенности работой и лояльности персонала.

16. Бренд организации-работодателя. Составляющие HR-бренда. Как сформировать и оценить бренд организации как работодателя

17. Основные направления маркетинга персонала. Основные этапы маркетинговой деятельности.

18. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала. Способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала.

19. Субъекты, заинтересованные в проведении маркетинга персонала. Информационная функция маркетинга персонала. Содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала.

20. Разработка качественных требований к персоналу. Виды документов

21. Должностные инструкции. Основные требования к их разработке.

**Другие оценочные средства:**

**Итоговое задание**

*Выбрать организацию реальную или виртуальную.*

*Описать организацию по требующимся параметрам.*

Представить исходные данные, содержащие общие сведения об организации (название, форму собственности, миссию предприятия, генеральную цель развития, слоган, логотип, организационная структура и сведения о персонале, сведения о регламентирующих деятельность документах – СанПин, ТУ, ГОСТ и т.д.)

Миссия, видение, цель и стратегические задачи организации. Ценности организации.

Описать особенности кадровой политики (открытая/закрытая, пассивная/активная). Связать кадровую политику со стратегией развития организации.

Описать маркетинг-микс персонала в организации (перечень блоков и их особенности)

Предположите качественную и количественную потребность в персонале на 5 лет с объяснением причин.

Вам нужно закрыть вакансию в организации, сформулируйте методический и ситуационный профиль должности.

Составьте план проведения рекламной (имиджевой) кампании организации как работодателя. Какие коммуникационные инструменты используются для привлечения кандидатов? Как оценить эффективность рекламной кампании по найму персонала?

**Разработчики:**



доцент  
(занимаемая должность)

А.В. Блинникова  
(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом».

Программа рассмотрена на заседании кафедры предпринимательства и управления в сфере услуг и рекламы

Протокол № 8 от «11» марта 2026 г.

зав. кафедры



Е.А. Волохова

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*