

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.16 МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

Автор: старший преподаватель кафедры Корпоративного управления Архипова Т.Г.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.03 Управление персоналом

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.В.17 «Маркетинг персонала» обеспечивает четвертый этап формирования компетенций: способность применять на практике навыки бюджетирования затрат на персонал, денежной оценки персонала (УК-2); первый этап формирования компетенции: способность применять на практике основы кадрового планирования, маркетинга персонала при разработке и реализации стратегии привлечения персонала, умение разрабатывать кадровую политику организации (ПК-2); первый этап формирования компетенции: способность применять на практике навыки оценки качества персонала, управления карьерой, работы с кадровым резервом (ПК-21).

План курса

Тема 1 Роль и место маркетинга персонала в управлении персоналом.

Маркетинг персонала как система. Сущность и виды маркетинга персонала. Его основные приёмы и их характеристика. Цель, задачи и принципы маркетинга персонала. Функции персонал-маркетинга: информационная, профориентационная, преобразующая, стимулирующая, распределительная, управленческая. Организация как производитель и потребитель товара «персонал». Спрос и предложение специфического товара «персонал» и роль маркетинга. Понятие конкурентоспособности персонала. Основные предпосылки кадрового маркетинга: организационная структура, состояние обеспеченности рабочими кадрами, наличие вакансий. Стратегия организации и концепции маркетинга персонала. Имидж организации как работодателя. Формирование персонал -имиджа организации. Маркетинг персонала как элемент кадровой политики персонала. Его роль и место в формировании и реализации кадровой политики. Направления маркетинговой деятельности в области персонала. Основные этапы маркетинга персонала и определяющие его факторы.

Тема 2 Разработка профессиональных требований к персоналу.

Разработка профессиональных требований к персоналу как одно из главных направлений маркетинговой деятельности в области персонала. Значение определения и описания должностных обязанностей. Задачи и сущность описания рабочего места (штатной должности). Принципы формирования задач и обязанностей рабочего места (штатной должности). Методы проведения анализа рабочих мест. Профессиограмма и ее структура. Техника преобразования анализа рабочих мест в должностные обязанности. Требования к должности. Должностная инструкция: основные требования к составлению, порядок разработки, структура. Составление делового портрета исполнителя работы (спецификация личности). Общий стандарт требований к кандидату. Определение условий найма. Основные параметры.

Тема 3 Определение потребности в персонале.

Цели и задачи кадрового планирования. Факторы, влияющие на планирование потребности в персонале. Принципы выявления потребностей в персонале. Методы определения потребностей в персонале. Кадровый контроллинг и кадровое планирование. Разработка оперативного плана работы с персоналом. Связь планирования персонала с общей

системой планирования в организации. Состав и структура персонала организации. Показатели численности персонала. Определение потребности в персонале. Текущая и долговременная потребность в персонале. Определение качественной и количественной потребности в персонале. Формирование внутрифирменных вакансий. Проблема текучести кадров. Альтернативы развития организации и планирование потребности в персонале. Конфликтные потенциалы при планировании персонала.

Тема 4 Расчет затрат на приобретение и использование персонала.

Денежная оценка трудовых ресурсов организации. Основные подходы в оценке трудовых ресурсов. Способы измерения стоимости трудовых ресурсов. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала. Структура расходов на персонал. Планирование затрат на персонал в рамках системы внутрифирменного планирования. Отделы по планированию затрат. Основные и дополнительные затраты на персонал. Виды затрат. Затраты по местам возникновения. Процесс планирования затрат на персонал. Исследование внутренней и внешней среды организации и формирования спроса на различные категории персонала с учётом организационной культуры и философии организации. Внешние факторы влияния на затраты на персонал. Внутрифирменные факторы влияния на затраты на персонал. Этапы составления плана затрат на персонал. Методы снижения расходов на персонал. Первоначальные издержки (издержки набора и отбора, ориентации и формальной подготовки). Восстановительные издержки (издержки замещения).

Тема 5 Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале.

Роль и место персонал-маркетинга в управлении наймом персонала. Сущность маркетинговой работы по выбору путей покрытия потребности в персонале. Покрытие потребности в персонале за счёт внешних источников. Внешние источники покрытия потребности в персонале и их характеристика. Комплектование персонала за счёт внешних источников. Активные и пассивные методы комплектования персонала за счёт внешних источников. Маркетинг персонала и внешний рынок труда. Рабочее место как товар и его маркетинг. Вакансия и цена рабочего места. Стоимость труда как специфического товара и роль маркетинга в его определении. Конкурентоспособность на рынке труда: понятие и основные параметры. Спрос и предложение на рынке труда. Сегментирование внешнего рынка труда. Целевые группы. Критерии сегментирования: географический, демографический, экономический, психографический, поведенческий. Посредничество в комплектовании организаций персоналом. Характеристика негосударственных структур, занимающихся обеспечением потребностей организаций в работниках. Аутстаффинг и аутсорсинг, их роль в обеспечении персоналом организаций. Преимущества и недостатки привлечения кадров за счёт внешних источников. Обеспечение организаций работниками за счёт внутренних источников. Внутренние источники и их характеристика. Комплектование персонала за счёт внутренних источников. Внутрифирменное движение работников и его роль в обеспечении организации требуемым персоналом. Методы набора персонала из внутренних источников. Внутренний конкурс. Совмещение профессий. Ротация кадров. Формирование кадрового резерва. База данных кадровой службы организации. Анализ внутренних ресурсов организации. Сокращение штатов в организации. Профессиональное развитие персонала и его влияние на обеспечение организации работниками. Управление деловой карьерой. Преимущества и недостатки привлечения кадров за счёт внутренних источников.

Тема 6 Обеспечение организации персоналом.

Профессиональный отбор персонала и его цели. Основные требования к кандидатам. Вербовка персонала: непосредственная и опосредованная. Выявление целевых групп. Каналы привлечения потенциальных работников и их характеристика. Вербовочная информация и вербовочная реклама. Элементы вербовочной информации: специфика организации, характеристика должности и т.д. Пирамида продуктивности вербовки. Связь с

общественностью, реклама и маркетинг. Роль, место и задачи рекламы в маркетинговой деятельности и их характеристика: имиджевая и стимулирующая реклама. Виды и принципы рекламы. Рекламная компания на рынке труда, рекламная стратегия, рекламный стиль. Организация отбора претендентов на вакантную должность. Формирование принципов отбора и найма. Методы оценки персонала при найме. Скрининг. Беседа по найму (собеседование). Тестирование. Интервью. Проверка рекомендаций и послужного списка. Организация и проведение конкурса. Центры оценки. Кадровые службы как сервисные подразделения для клиентов (сотрудников и руководителей) и как специфические службы организации по обеспечению персоналом.

Тема 7 Самомаркетинг персонала (работников).

Понятие и сущность самомаркетинга. Философия самомаркетинга. Самомаркетинг на рынке труда. Основные этапы самомаркетинга. Элементы стратегии самомаркетинга. Функции самомаркетинга: информационная преобразующая, стимулирующая, распределительная и управленческая. Конкурентоспособность работника и факторы её осуществления. Принципы формирования стратегии конкурентоспособности работника: согласованность, особенность, реалистичность, гибкость, сочетаемость, избирательность и т.д. Этапы формирования стратегии конкурентоспособности работников. Подготовка и ее роль в повышении конкурентоспособности работника. Поиск работы. Самопрезентация. Как пройти собеседование. Способы построения карьеры.

Тема 8 Контроль реализации маркетинга персонала.

Виды, элементы, функции, формы, принципы контроля. Взаимосвязь между формами контроля и видами ошибок. Методы определения результативности мероприятий, связанных с маркетингом персонала. Анализ привлекательности как метод определения успешности персонал - маркетинговой деятельности.

Тема 9 Информационное обеспечение маркетинга персонала.

Использование информационных технологий в маркетинге персонала. Электронный документооборот. Системы ведения электронного делопроизводства. Информационные технологии, применяемые в маркетинге. Состав, содержание и обработка персональной информации о работниках организации. Требования Трудового кодекса Российской Федерации к защите персональной информации для принятия кадровых решений. Защита персональных данных в работе кадровой службы.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: тестирование
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, ситуационные задачи, тестирование, контрольные работы.

Промежуточная аттестация проводится в форме **зачета**.

Основная литература

1. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров.— М. Дашков и К, 2015.— 384 с.Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35281>.— ЭБС «IPRbooks».