

АНО ВО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор АНО ВО
«Национальный институт бизнеса»



_____ Д.Ю. Ткаченко

«20» сентября 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.ДВ.02.02 «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА»

Направление подготовки	<i>38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата)</i>
Направленность (профиль)	<i>Экономика предприятий и организаций</i>
Формы обучения	<i>очная, очно-заочная, заочная</i>

*Авторы – составители:
д.э.н., профессор Миронова Н.Н.*

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015 N 1327)

Рецензент: Минченкова Ольга Юрьевна, д.э.н. профессор, профессор кафедры менеджмента АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена на заседании кафедры менеджмента АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

Протокол №2 от 20.09.2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) согласована в рамках основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленность (профиль) Экономика предприятий и организаций с ГУП «Московский метрополитен» электродепо «Солнцево»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины (модуля).....	3
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО.....	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
4. Структура и содержание дисциплины (модуля).....	4
4.1 Распределение трудоемкости в часах по всем видам аудиторной и самостоятельной работы обучающихся.....	5
4.2 Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	7
5. Содержание дисциплины (модуля).....	11
6. Планы занятий семинарского типа.....	26
7. Методические рекомендации для обучающихся по дисциплине (модулю).....	30
8. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю).....	30
9. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	36
10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	36
11. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).....	38
Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)	39
Приложение 1. Методические рекомендации для обучающихся по дисциплине (модулю)	
Приложение 2. Содержание фонда оценочных средств текущего контроля по дисциплине (модулю)	

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью изучения дисциплины «Маркетинг персонала» является формирование комплекса знаний, умений и навыков по разработке и реализации кадровой стратегии организации на основе научно обоснованного маркетинга персонала, учитывающего тенденции современного развития организаций.,

Основными задачами дисциплины являются:

- освоение теоретическими знаниями, практическими навыками и современными методами исследования в области маркетинга персонала;
- освоение определяющих понятий и категорий факторах и условиях, обеспечивающих формирование и эффективное функционирование внутренней и внешней маркетинговой политики предприятия в сфере управления персоналом;
- овладение приемами прикладного маркетингового анализа с использованием различных методов: экономических, математических, статистических и пр.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Маркетинг персонала» относится к Блоку 1. Дисциплины (модули) (вариативная часть).

Дисциплина базируется на знаниях, полученных обучающимися в процессе изучения курсов: «Менеджмент», «Методы принятия управленческих решений», «Статистика» и ряда иных дисциплин.

Изучение дисциплины направлено на обеспечение фундаментальной научной и практической подготовки обучающихся в области маркетинга персонала, имеющей важное значение для организации управления предприятием в условиях рынка посредством выявления путей снижения издержек производства, роста

прибыльности и конкурентоспособности, повышения стимулов работников к высокопроизводительному труду.

Исходя из современных научных представлений и практики передовых предприятий, в курсе рассмотрен взаимосвязанный комплекс принципов и методов маркетинга персонала, и их применение в практической деятельности для достижения оптимального соответствия между спросом на персонал и его предложением с целью удовлетворения потребности в труде всех субъектов трудовых отношений.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

<i>Компетенции</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)</i>
способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (ПК-11);	<p>Знать: общую структуру законодательства Российской Федерации; перечень и основное содержание законов Российской Федерации, регулирующих рынок труда и трудовые отношения в организации; применяемые в России и в мировой практике инструменты и методы кадровой политики государства; современные концепции развития рынка труда</p> <p>Уметь: проводить стратегический анализ развития рынка труда в современных условиях; проводить стратегический анализ основ организации труда; применять современные методы и технологии управления трудовыми процессами на основе оценки персонала</p> <p>Владеть: навыками использования междисциплинарного подхода к анализу социально-экономической деятельности рыночных субъектов рынка; навыками оценки эффективности решений по проведению различных форм деловой оценки, подбора и расстановки персонала.</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

4.1 Распределение трудоемкости в часах по всем видам аудиторной и самостоятельной работы обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг персонала» составляет 216 часов (6 зачетных единицы).

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 6, час.
Контактные часы	56,3	56,3
Аудиторные занятия (всего)	56	56
Занятия лекционного типа	24	24
Занятия семинарского типа	32	32
Контактные часы на промежуточную аттестацию (экзамен)	0,3	0,3
Самостоятельная работа	132,7	132,7
Контроль	27	27
Форма промежуточной аттестации		экзамен

Для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8, час.
Контактные часы	24,3	24,3
Аудиторные занятия (всего)	24	24
Занятия лекционного типа	12	12
Занятия семинарского типа	12	12
Контактные часы на промежуточную аттестацию (экзамен)	0,3	0,3
Самостоятельная работа	182,7	182,7
Контроль	9	9
Форма промежуточной аттестации		экзамен

Для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 6, час.
Контактные часы	16,3	16,3
Аудиторные занятия (всего)	16	16
Занятия лекционного типа	6	6
Занятия семинарского типа	10	10
Контактные часы на промежуточную аттестацию (экзамен)	0,3	0,3
Самостоятельная работа	190,7	190,7
Контроль	9	9
Форма промежуточной аттестации		экзамен

4.2 УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

(очная форма обучения)

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Всего	в том числе		
				Лекции	Семинары	
1.	Предмет и методология курса	20	6	2	4	14
2.	Система маркетинговой информации в области управления персоналом	24	6	2	4	18
3.	Маркетинговые исследования в области труда	26	8	4	4*	18
4.	Внутренний маркетинг и кадровый аудит	24	8	4	4	16
5.	Маркетинговые стратегии в области управления персоналом	24	8	4	4*	16
6.	Реклама в управлении персоналом	22	6	2	4	16
7.	Расчет затрат на приобретение и использование персонала	24	8	4	4	16
8.	Оценка эффективности маркетинга персонала	24,7	6	2	4	18,7
	Контроль	27				
	Контактные часы на промежуточную аттестацию (экзамен)	0,3				
	Всего	216	56	24	32/8*	132,7

Примечание: *знаком выделены темы, по которым проводятся активные и интерактивные формы обучения

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

(очно-заочная форма обучения)

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Всего	в том числе		
				Лекции	Семинары	
1.	Предмет и методология курса	24	2	1	1	22
2.	Система маркетинговой информации в области управления персоналом	26	2	1	1	24
3.	Маркетинговые исследования в области труда	28	4	2	2*	24
4.	Внутренний маркетинг и кадровый аудит	26	4	2	2	22
5.	Маркетинговые стратегии в области управления персоналом	28	4	2	2*	24
6.	Реклама в управлении персоналом	24	4	2	2	20
7.	Расчет затрат на приобретение и использование персонала	26	2	1	1	24
8.	Оценка эффективности маркетинга персонала	24,7	2	1	1	22,7
	Контроль	9				
	Контактные часы на промежуточную	0,3				

	аттестацию (экзамен)					
	Всего	216	24	12	12/4*	182,7

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) (заочная форма обучения)

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Всего	в том числе		
				Лекции	Семинары	
1.	Предмет и методология курса	24	2	1	1	22
2.	Система маркетинговой информации в области управления персоналом	26	2	1	1	24
3.	Маркетинговые исследования в области труда	28	2		2*	26
4.	Внутренний маркетинг и кадровый аудит	26	2		2	24
5.	Маркетинговые стратегии в области управления персоналом	28	3	1	2*	25
6.	Реклама в управлении персоналом	24	1	1		23
7.	Расчет затрат на приобретение и использование персонала	26	2	1	1	24
8.	Оценка эффективности маркетинга персонала	24,7	2	1	1	22,7
	Контроль	9				
	Контактные часы на промежуточную аттестацию (экзамен)	0,3				
	Всего	216	16	6	10/4*	190,7

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. Предмет и методология курса

Основные понятия «Маркетинга персонала». Значение дисциплины «Маркетинг персонала» для подготовки специалистов по управлению персоналом. Цель и задачи дисциплины «Маркетинг персонала». Взаимосвязь с другими дисциплинами.

Формирование и развитие маркетингового подхода к управлению персоналом. Маркетинг персонала как система. Принципы и философия маркетинга персонала. Сущность, виды маркетинга персонала. Функции маркетинга персонала.

Организация как производитель и потребитель товара «персонал». Спрос и предложение на персонал как товар и роль маркетинга. Конкурентоспособность персонала. Основные предпосылки кадрового маркетинга: организационная структура, состояние обеспеченности рабочими кадрами, наличие вакансий.

Направления маркетинговой деятельности в области персонала. Основные этапы маркетинга персонала и определяющие его факторы. Особенности законодательства в области труда и занятости.

Формируемые компетенции: ПК-11

Тема 2. Система маркетинговой информации в области управления персоналом

Маркетинговая информация в управлении персоналом. Информация о требованиях, которые предъявляют на рынке труда к должностям работники, к рабочим местам. Внешняя и внутренняя среда организации.

Источники кадровой информации. Нормативные правовые акты. Аналитические материалы и статьи. Службы занятости и трудоустройства. Специализированные печатные и электронные издания. Рекламная информация других организаций. Беседы с кандидатами. Информация учебных заведений. Беседы с представителями других организаций. Опросы работников компании. Специализированные телепередачи.

Информационная функция маркетинга персонала.

Формируемые компетенции: ПК-11

Тема 3. Маркетинговые исследования в области труда

Направления анализа. Ситуация на рынке труда. Спрос на персонал, его количественная структура. Предложение в области персонала (ситуация в сфере учебных заведений, центров подготовки кадров, органов обеспечения занятости, увольнений из организаций и т. д.). Кадровая политика организаций-конкурентов. Формы и методы работы с кадрами в организациях-конкурентах. Мониторинг конкурентоспособности организации на рынке труда.

Исследование внутренней и внешней среды организации и формирования спроса на различные категории персонала с учётом организационной культуры и философии организации. Оценка потребности и возможностей организации в финансировании мероприятий по управлению персоналом.

Сбор, обработка и анализ данных в системе управления персоналом организации. Общенаучные, аналитико-прогностические методы. Кабинетные и полевые исследования.

Методические подходы к проведению маркетинговых исследований рынка труда. Качественные характеристики персонала, услуги рынка труда при подборе персонала.

Количественные характеристики персонала. Определение количественной потребности в персонале.

Формируемые компетенции: ПК-11

Тема 4. Внутренний маркетинг и кадровый аудит

Стратегия организации и концепции маркетинга персонала. Имидж организации как работодателя. Его роль и место в формировании и реализации кадровой политики.

Сущность внутреннего маркетинга. Использование маркетингового подхода применительно к сотрудникам.

Разработка требований к персоналу. Параметры требований: способности, знания, умения, навыки, опыт работы, личные качества специалиста, психофизиологические характеристики, мотивация, направленность личности, сфера интересов, ценности, обучаемость.

Внутренний маркетинг как философия кадровой политики. Формирование лояльности работников к компании. Система мероприятий, направленных на формирование лояльности. Основные этапы лояльности. Адаптация и наставничество. Активное воздействие на мотивацию сотрудника. Знакомство работника с корпоративной культурой. Тренинги по формированию корпоративной культуры, мотивирующие тренинги. Мотивационные программы поощрения сотрудников.

Сущность, цель и задачи кадрового аудита. Направления аудита. Деловая оценка персонала. Аудит процесса и результатов подготовки и повышения квалификации. Аудит системы стимулирования труда. Аудит условий труда. Аудит социально-трудовых отношений и кадровой политики на предприятии.

Формируемые компетенции: ПК-11

Тема 5. Маркетинговые стратегии в области управления персоналом

Стратегии маркетинга в области производства и реализации продукции и в области персонала. Виды стратегий в классическом маркетинге. Особенности применения стратегий в маркетинге персонала.

Стратегии поиска и найма работников. Анализ рынка рабочей силы и обоснование источников покрытия потребности. Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале: внешние, внутренние источники. Определение вариантов путей привлечения персонала.

Комплектование персонала за счет внешних источников. Активные и пассивные методы комплектования персонала за счет 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. Регулирование рынка труда и маркетинг как один из методов этого регулирования. Конкурентоспособность на рынке труда: понятие и основные параметры.

Посредничество в комплектовании организаций персоналом. Характеристика негосударственных структур, занимающихся обеспечением потребностей организаций в работниках.

Внутренние источники и их характеристика. Комплектование персонала за счет 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 карьерой.

Формируемые компетенции: ПК-11

Тема 6. Реклама в маркетинге персонала

Формирование положительного образа организации на рынке труда. Подходы к формированию позитивного персонал-имиджа организации.

Определение целесообразных направлений позиционирования работодателя на рынке труда.

Реклама в управлении персоналом. Виды рекламы в управлении персоналом.
Критерии выбора рекламы в управлении персоналом.
Формируемые компетенции: ПК-11

Тема 7. Расчет затрат персонал

Денежная оценка трудовых ресурсов организации. Основные подходы в оценке трудовых ресурсов. Способы измерения стоимости трудовых ресурсов.

Основные статьи затрат, связанные с работой персонала. Затраты на приобретение и использование персонала. Структура расходов на персонал. Маркетинг систем оплаты труда.

Планирование затрат на персонал. Основные и дополнительные затраты на персонал. Внешние факторы влияния на затраты на персонал. Внутрифирменные факторы влияния на затраты на персонал.

Учет затрат на персонал. Механизмы управления расходами на персонал. Методы снижения расходов на персонал.

Определение издержек на персонал. Виды издержек (первичные - набора и отбора, ориентации и формальной подготовки) и восстановительные - замещения).

Формируемые компетенции: ПК-11

Тема 8. Оценка эффективности маркетинга персонала

Методы оценки эффективности проводимых маркетинговых мероприятий. Основные проблемы в маркетинге персонала.

Основные аспекты эффективности: эффективность рекламы, экономическая эффективность, социальная эффективность.

Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала.

Оценка синергетического эффекта.

Формируемые компетенции: ПК-11

6. ПЛАНЫ ЗАНЯТИЙ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Для очной формы обучения

Семинар 1. Тема 1. Предмет и методология курса

Вопросы для обсуждения:

1. Дайте определение маркетинга.
2. В чем разница маркетинга в широком смысле этого слова и маркетинга персонала?
3. Роль маркетинга персонала в развитии предприятия.
4. Функции маркетинга персонала: информационная, аналитическая, коммуникационная, социальная, организационная.
5. Какие еще функции маркетинга персонала можно выделить (стимулирующая, распределительная, профориентационная, управленческая и др.)?
6. Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля.

7. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции.
Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 2. Тема 1. Предмет и методология курса

Вопросы для обсуждения:

1. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции.
 2. Маркетинг персонала как система формирования спроса.
 3. Маркетинг как основной принцип управления, ориентированного на рынок
 4. Маркетинг как средство достижения конкурентных преимуществ.
 5. Организация как производитель и потребитель товара «персонал».
 6. Рабочее место как продукт, который продается на рынке труда.
 7. Направления маркетинговой деятельности в области персонала.
 8. Этапы развития маркетинга персонала.
 9. Сравните два основных подхода к определению маркетинга персонала: традиционный (Ф.Котлер) и рыночный (А.Я.Кибанов). Дайте их характеристику
- Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 3. Тема 2. Система маркетинговой информации в области управления персоналом

Вопросы для обсуждения:

1. Источники информации о внешней и внутренней среде организации.
 2. Политические, экономические факторы, технологии и наука, содержание труда, законодательная база, конкурентная среда.
- Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 4. Тема 2. Система маркетинговой информации в области управления персоналом

Вопросы для обсуждения:

1. Квалификационные справочники, классификаторы, аналитические материалы как информационные ресурсы в маркетинговой деятельности организации.
 2. Требования, которые предъявляют к профессии, должности и рабочему месту кандидаты на вакантные должности.
 3. Функции Интернета в информационном обеспечении маркетинга персонала.
- Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 5. Тема 3. Маркетинговые исследования в области труда*

Вопросы для обсуждения:

1. Субъекты маркетинговой инфраструктуры управления персоналом: потенциальные работники, специалисты по маркетингу и управлению персоналом, общественность, клиенты и партнеры организации, кадровые агентства и учебные заведения.
2. Принципы маркетинговой инфраструктуры управления персоналом.

3. Маркетинг как метод систематизированного поиска решений - через использование современных методов исследования рынка к базе данных для стратегических и оперативных решений.

4. Общенаучные и аналитико-прогностические методы маркетинговых исследований.

5. Методы качественного анализа персонала.

6. Количественные методы характеристики персонала.

***Примечание:** Занятие проводится в форме **дискуссии** - форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 6. Тема 3.Маркетинговые исследования в области труда*

Вопросы для обсуждения:

1. Методы определения, планирования и прогнозирования количественной потребности в персонале.

2. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынке труда. Формирование сегментов потенциальных работников.

3. Анализ основных конкурентов. Анализ активных партнеров. Анализ внутренних ресурсов и способностей.

***Примечание:** Занятие проводится в форме **дискуссии** - форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 7. Тема 4.Внутренний маркетинг и кадровый аудит

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинг персонала как элемент кадровой политики персонала.

2. Цель внедрения внутреннего маркетинга.

3. Удовлетворение потребителя через процесс взаимодействия с мотивированным и клиентоориентированным персоналом.

4. Дайте характеристику основных факторов внутреннего маркетинга персонала в части привлекательности места работы:

– диапазон задач и ответственности работника на конкретном рабочем месте;

– возможность профессионального роста и реализация карьерных устремлений;

– возможность обучения, повышения квалификации и переподготовки;

– производственный климат в коллективе, организационная культура;

– формирование системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 8. Тема 4.Внутренний маркетинг и кадровый аудит

Вопросы для обсуждения:

1. Разработка и анализ внутренних документов, которые содержат необходимые характеристики. Профессиограмма. Должностная инструкция.
2. Виды, процедуры и принципы оценки персонала. Создание системы оценки.
3. Использование компьютерных технологий в оценке и характеристике персонала.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 9. Тема 5.Маркетинговые стратегии в области управления персоналом

Вопросы для обсуждения:

1. Внешние факторы формирования технологий маркетинга персонала: переоценка ценностей, односторонний подход к выбору профессии и места работы, демографические, недостаток специалистов и руководителей, новый профиль рабочего места; политика государства, профсоюзов и союзов работодателей, изменения на рынке труда, экономическое и техническое развитие, социальные, культурные, влияние средств массовой информации.

2. Внутренние факторы формирования технологий маркетинга персонала: стратегическая организационная цель, ориентированная на клиента, специфика предприятия (размер, национальный или международный формат функционирования, имидж, характер оптимизации цели между организацией и работником).

Примечание:* Занятие проводится в форме **дискуссии - форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 10. Тема 5.Маркетинговые стратегии в области управления персоналом

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегия и план маркетинга персонала.
2. Аутстаффинг и аутсорсинг, их роль в обеспечении персоналом организаций.
3. Преимущества и недостатки привлечения кадров за счёт внешних источников.

4. Хэдхантинг – метод прямого поиска кандидатов на вакантные должности. Сущность хэдхантинга. Технологии хэдхантинга и защиты от него. Профессиональная этика хэдхантера.

5. Преимущества и недостатки привлечения кадров за счет внутренних источников.

6. Контроль реализации маркетинга персонала. Виды, элементы и формы контроля.

***Примечание:** Занятие проводится в форме **дискуссии** - форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 11. Тема 6.Реклама в маркетинге персонала

Вопросы для обсуждения:

1. Определение целесообразных направлений позиционирования работодателя на рынке труда.

2. Выбор рекламы в управлении персоналом.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 12. Тема 6.Реклама в маркетинге персонала

Вопросы для обсуждения:

1. Разработка рекламы для организации как работодателя.

2. Формирование позитивного персонал-имиджа организации.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 13. Тема 7. Расчет затрат на персонал

Вопросы для обсуждения:

1. Бюджет службы управления персоналом.

2. Средняя стоимость приема на работу одного человека.

3. Система оплаты труда менеджера по персоналу при подборе кандидатов на вакантные места.

4. Формирование затрат и оплаты труда работника службы персонала.

5. Источники финансирования затрат на персонал.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 14. Тема 7. Расчет затрат на персонал

Вопросы для обсуждения:

1. Эффективность работы менеджера по персоналу и ее оценка.

2. Подходы к определению эффективности мероприятий внутреннего маркетинга: удовлетворенность персонала, удовлетворенность клиента, достижение целей организации.

3. Оценка итогов работы службы персонала.

4. Матрица оценки удовлетворенности клиентов работой службы персонала.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 15. Тема 8. Оценка эффективности маркетинга персонала

Вопросы для обсуждения:

1. Методы оценки эффективности проводимых маркетинговых мероприятий. Основные проблемы в маркетинге персонала.

2. Основные аспекты эффективности: эффективность рекламы, экономическая эффективность, социальная эффективность.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 16. Тема 8. Оценка эффективности маркетинга персонала

Вопросы для обсуждения:

1. Методы оценки эффективности проводимых маркетинговых мероприятий. Основные проблемы в маркетинге персонала.
2. Основные аспекты эффективности: эффективность рекламы, экономическая эффективность, социальная эффективность.
3. Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала.
4. Оценка синергетического эффекта.

Формируемые компетенции: ПК-11

Для очно-заочной формы обучения

Семинар 1. Темы 1.Предмет и методология курса. Тема 2.Система маркетинговой информации в области управления персоналом

Вопросы для обсуждения:

1. В чем разница маркетинга в широком смысле этого слова и маркетинга персонала?
2. Роль маркетинга персонала в развитии предприятия.
3. Функции маркетинга персонала: информационная, аналитическая, коммуникационная, социальная, организационная.
4. Маркетинг персонала как система формирования спроса.
5. Маркетинг как основной принцип управления, ориентированного на рынок
6. Маркетинг как средство достижения конкурентных преимуществ.
7. Организация как производитель и потребитель товара «персонал».
8. Рабочее место как продукт, который продается на рынке труда.
9. Направления маркетинговой деятельности в области персонала.
- 10.Этапы развития маркетинга персонала.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 2. Тема 3.Маркетинговые исследования в области труда

Вопросы для обсуждения:

1. Субъекты маркетинговой инфраструктуры управления персоналом: потенциальные работники, специалисты по маркетингу и управлению персоналом, общественность, клиенты и партнеры организации, кадровые агентства и учебные заведения.
2. Принципы маркетинговой инфраструктуры управления персоналом.
3. Маркетинг как метод систематизированного поиска решений - через использование современных методов исследования рынка к базе данных для стратегических и оперативных решений.
4. Общенаучные и аналитико-прогностические методы маркетинговых исследований.
5. Методы качественного анализа персонала.
6. Количественные методы характеристики персонала.

***Примечание:** Занятие проводится в форме **дискуссии** - форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 3. Тема 4. Внутренний маркетинг и кадровый аудит

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинг персонала как элемент кадровой политики персонала.
2. Цель внедрения внутреннего маркетинга.
3. Удовлетворение потребителя через процесс взаимодействия с мотивированным и клиентоориентированным персоналом.
4. Дайте характеристику основных факторов внутреннего маркетинга персонала в части привлекательности места работы:
 - диапазон задач и ответственности работника на конкретном рабочем месте;
 - возможность профессионального роста и реализация карьерных устремлений;
 - возможность обучения, повышения квалификации и переподготовки;
 - производственный климат в коллективе, организационная культура;
 - формирование системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности.
5. Разработка и анализ внутренних документов, которые содержат необходимые характеристики. Профессиограмма. Должностная инструкция.
6. Виды, процедуры и принципы оценки персонала. Создание системы оценки.
7. Использование компьютерных технологий в оценке и характеристике персонала.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 4. Тема 5. Маркетинговые стратегии в области управления персоналом

Вопросы для обсуждения:

1. Внешние факторы формирования технологий маркетинга персонала: переоценка ценностей, односторонний подход к выбору профессии и места работы, демографические, недостаток специалистов и руководителей, новый профиль рабочего места; политика государства, профсоюзов и союзов работодателей, изменения на рынке труда, экономическое и техническое развитие, социальные, культурные, влияние средств массовой информации.
2. Внутренние факторы формирования технологий маркетинга персонала: стратегическая организационная цель, ориентированная на клиента, специфика предприятия (размер, национальный или международный формат функционирования, имидж, характер оптимизации цели между организацией и работником).
3. Стратегия и план маркетинга персонала.
4. Аутстаффинг и аутсорсинг, их роль в обеспечении персоналом организаций.
5. Преимущества и недостатки привлечения кадров за счёт внешних источников.

6. Хэдхантинг – метод прямого поиска кандидатов на вакантные должности. Сущность хэдхантинга. Технологии хэдхантинга и защиты от него. Профессиональная этика хэдхантера.

***Примечание:** Занятие проводится в форме **дискуссии** - форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 5. Тема 6.Реклама в маркетинге персонала

Вопросы для обсуждения:

1. Определение целесообразных направлений позиционирования работодателя на рынке труда.

2. Выбор рекламы в управлении персоналом.

3. Разработка рекламы для организации как работодателя.

4. Формирование позитивного персонал-имиджа организации.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 6. Тема 7. Расчет затрат на персонал. Тема 8. Оценка эффективности маркетинга персонала

Вопросы для обсуждения:

1. Методы оценки эффективности проводимых маркетинговых мероприятий. Основные проблемы в маркетинге персонала.

2. Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала.

3. Бюджет службы управления персоналом.

4. Средняя стоимость приема на работу одного человека.

5. Система оплаты труда менеджера по персоналу при подборе кандидатов на вакантные места.

6. Формирование затрат и оплаты труда работника службы персонала.

7. Источники финансирования затрат на персонал.

8. Оценка итогов работы службы персонала.

9. Матрица оценки удовлетворенности клиентов работой службы персонала.

Формируемые компетенции: ПК-11

для заочной формы обучения

Семинар 1. Темы 1.Предмет и методология курса. Тема 2.Система маркетинговой информации в области управления персоналом

Вопросы для обсуждения:

1. В чем разница маркетинга в широком смысле этого слова и маркетинга персонала?

2. Роль маркетинга персонала в развитии предприятия.

3. Функции маркетинга персонала: информационная, аналитическая, коммуникационная, социальная, организационная.

4. Маркетинг персонала как система формирования спроса.

5. Маркетинг как основной принцип управления, ориентированного на рынок

6. Маркетинг как средство достижения конкурентных преимуществ.

7. Организация как производитель и потребитель товара «персонал».
8. Рабочее место как продукт, который продается на рынке труда.
9. Направления маркетинговой деятельности в области персонала.
10. Этапы развития маркетинга персонала.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 2. Тема 3. Маркетинговые исследования в области труда

Вопросы для обсуждения:

1. Субъекты маркетинговой инфраструктуры управления персоналом: потенциальные работники, специалисты по маркетингу и управлению персоналом, общественность, клиенты и партнеры организации, кадровые агентства и учебные заведения.

2. Принципы маркетинговой инфраструктуры управления персоналом.

3. Маркетинг как метод систематизированного поиска решений - через использование современных методов исследования рынка к базе данных для стратегических и оперативных решений.

4. Общенаучные и аналитико-прогностические методы маркетинговых исследований.

5. Методы качественного анализа персонала.

6. Количественные методы характеристики персонала.

***Примечание:** Занятие проводится в форме **дискуссии** - форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 3. Тема 4. Внутренний маркетинг и кадровый аудит

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинг персонала как элемент кадровой политики персонала.

2. Цель внедрения внутреннего маркетинга.

3. Удовлетворение потребителя через процесс взаимодействия с мотивированным и клиентоориентированным персоналом.

4. Дайте характеристику основных факторов внутреннего маркетинга персонала в части привлекательности места работы:

- диапазон задач и ответственности работника на конкретном рабочем месте;
- возможность профессионального роста и реализация карьерных устремлений;
- возможность обучения, повышения квалификации и переподготовки;
- производственный климат в коллективе, организационная культура;
- формирование системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности.

5. Разработка и анализ внутренних документов, которые содержат необходимые характеристики. Профессиограмма. Должностная инструкция.

6. Виды, процедуры и принципы оценки персонала. Создание системы оценки.

7. Использование компьютерных технологий в оценке и характеристике персонала.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 4. Тема 5. Маркетинговые стратегии в области управления персоналом

Вопросы для обсуждения:

1. Внешние факторы формирования технологий маркетинга персонала: переоценка ценностей, односторонний подход к выбору профессии и места работы, демографические, недостаток специалистов и руководителей, новый профиль рабочего места; политика государства, профсоюзов и союзов работодателей, изменения на рынке труда, экономическое и техническое развитие, социальные, культурные, влияние средств массовой информации.

2. Внутренние факторы формирования технологий маркетинга персонала: стратегическая организационная цель, ориентированная на клиента, специфика предприятия (размер, национальный или международный формат функционирования, имидж, характер оптимизации цели между организацией и работником).

3. Стратегия и план маркетинга персонала.

4. Аутстаффинг и аутсорсинг, их роль в обеспечении персоналом организаций.

5. Преимущества и недостатки привлечения кадров за счёт внешних источников.

6. Хэдхантинг – метод прямого поиска кандидатов на вакантные должности. Сущность хэдхантинга. Технологии хэдхантинга и защиты от него. Профессиональная этика хэдхантера.

**Примечание:* Занятие проводится в форме дискуссии - форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Формируемые компетенции: ПК-11

Семинар 5. Тема 7. Расчет затрат на персонал. Тема 8. Оценка эффективности маркетинга персонала

Вопросы для обсуждения:

1. Методы оценки эффективности проводимых маркетинговых мероприятий. Основные проблемы в маркетинге персонала.

2. Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала.

3. Бюджет службы управления персоналом.

4. Средняя стоимость приема на работу одного человека.

5. Система оплаты труда менеджера по персоналу при подборе кандидатов на вакантные места.

6. Формирование затрат и оплаты труда работника службы персонала.

7. Источники финансирования затрат на персонал.

8. Оценка итогов работы службы персонала.

9. Матрица оценки удовлетворенности клиентов работой службы персонала.

Формируемые компетенции: ПК-11

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Приложение 1 Методические рекомендации для обучающихся по дисциплине (модулю)

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Карта фонда оценочных средств по дисциплине (модулю)

№ п/п	Темы по учебно-тематическому плану	Оценочные средства	Контролируемые компетенции
1.	Предмет и методология курса	Тест по теме Задания 2.1, 2.2 Вопросы семинара по теме Вопросы к экзамену 1-7	ПК-11
2.	Система маркетинговой информации в области управления персоналом	Тест по теме 2 Вопросы к экзамену 8-16 Вопросы семинара по теме	ПК-11
3.	Маркетинговые исследования в области труда	Тест 1,2 Задания 2.3, 2.4 Вопросы к экзамену 17-20 Вопросы семинара по теме	ПК-11
4.	Внутренний маркетинг и кадровый аудит	Тест по теме Задания 2.3, 2.5, 2.10 Вопросы к экзамену 21-25 Вопросы семинара по теме	ПК-11
5.	Маркетинговые стратегии в области управления персоналом	Тест по теме Задание 2.6 Вопросы к экзамену 27-30 Вопросы семинара по теме	ПК-11
6.	Реклама в управлении персоналом	Вопросы к экзамену 26, 31,32, 33 Вопросы семинара по теме	ПК-11
7.	Расчет затрат на приобретение и использование персонала	Вопросы к экзамену 34-36 Вопросы семинара по теме	ПК-11
8.	Оценка эффективности маркетинга персонала	Задания 2.7, 2.8, 2.9 Вопросы к экзамену 37-40 Вопросы семинара по теме	ПК-11

Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине (модулю)

Приложение 2 Содержание фонда оценочных средств текущего контроля по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов к экзамену

1. Предмет и методология курса

2. Сущность маркетинга персонала, основные цели и задачи. Роль в управлении персоналом.
3. Виды маркетинга персонала.
4. Маркетинг персонала как философия развития персонала предприятия.
5. Маркетинг персонала как методология исследования рынка.
6. Формирование и развитие маркетингового подхода к управлению персоналом. Маркетинг персонала как система формирования спроса.
7. Направления маркетинга персонала.
8. Функции маркетинга персонала.
9. Концепция маркетинга. Система маркетинга персонала.
10. Внешние и внутренние факторы, влияющие на маркетинг персонала.
11. Обеспечение системы маркетинга персонала.
12. Спрос на персонал, его количественная структура.
13. Предложение в области персонала
14. Особенности социальных потребностей. Мотивационное ядро потенциальных сотрудников организации.
15. Нормативные правовые документы, применяемые (учитываемые) в реализации задач маркетинга персонала. Приведите примеры и обоснуйте их применимость.
16. Маркетинговая информация в управлении персоналом
17. Сущность и направления исследования рынка труда. Методические подходы к проведению маркетинговых исследований рынка труда
18. Оценка соответствия работников организации современным требованиям, предъявляемым рынком труда,
19. Анализ условий занятости, предлагаемых работодателями на рынке труда.
20. Разработка методических основ проведения маркетинговых исследований рынка труда с учётом влияния маркетинговой среды организации.
21. Сущность кадрового аудита. Цель и задачи кадрового аудита. Направления аудита.
22. Источники покрытия потребности в человеческих ресурсах (персонале).
23. Цели и задачи кадрового планирования.
24. Методы определения потребностей в персонале.
25. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.
26. Реклама в управлении персоналом. Виды и критерии выбора рекламы в управлении персоналом.
27. Сущность внутреннего маркетинга. Внутренний маркетинг как философия отношения к персоналу.
28. Роль и место маркетинга персонала в управлении наймом персонала.
29. Принципы оценки персонала.
30. Модель компетенций, соответствующей должности оцениваемого работника.
31. Лояльность сотрудников к компании. Система мероприятий, направленных на формирование лояльности, приверженности
32. Внутреннее позиционирование в маркетинге персонала.

33. Определение целесообразных направлений позиционирования работодателя на рынке труда.

34. Мотивация и стимулирование труда работников предприятия с учетом ситуации на рынке труда

35. Комплектование персонала за счет внешних и внутренних источников.

36. Посредничество в комплектовании организаций персоналом.

37. Маркетинг персонала и внешний рынок труда.

38. Денежная оценка трудовых ресурсов организации. Основные статьи затрат, связанные с работой персонала.

39. Оценка эффективности использования маркетинга персонала.

40. Информационные технологии в кадровом маркетинге.

ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (ПК-11);			
ПК-11	Пороговые	<p>Знать: общую структуру законодательства Российской Федерации; перечень и основное содержание законов Российской Федерации, регулирующих рынок труда и трудовые отношения в организации;</p> <p>Уметь: применять современные методы подбора и расстановки персонала в практической деятельности</p> <p>Владеть: методами внутреннего маркетинга и кадрового аудита в решении задач кадрового планирования, контроллинга и привлечения персонала</p>	удовлетворительно
	Средний	<p>Знать: общую структуру законодательства Российской Федерации; перечень и основное содержание законов Российской Федерации, регулирующих рынок труда и трудовые отношения в организации; применяемые в России и в мировой практике инструменты и методы кадровой политики государства; современные концепции развития рынка труда</p> <p>Уметь: применять современные методы и технологии управления трудовыми процессами на основе оценки персонала; оценивать эффективность решений по проведению различных форм деловой оценки, подбора и расстановке персонала</p> <p>Владеть: навыками оценки эффективности решений по проведению различных форм деловой оценки, подбора и расстановки; проводить стратегический анализ основ организации труда; навыками использования междисциплинарного подхода к анализу социально-экономической</p>	хорошо

		деятельности рыночных субъектов рынка.	
	Повышен ный	<p>Знать: общую структуру законодательства Российской Федерации; перечень и основное содержание законов Российской Федерации, регулирующих рынок труда и трудовые отношения в организации; применяемые в России и в мировой практике инструменты и методы кадровой политики государства;</p> <p>Уметь: разрабатывать и обосновывать решения вопросов по внедрению программ и процедур подбора и отбора персонала; оценивать эффективность решений по проведению различных форм деловой оценки, подбора и расстановке персонала</p> <p>Владеть: навыками оценки эффективности решений по проведению различных форм деловой оценки, подбора и расстановки персонала; проводить стратегический анализ основ организации труда; проводить стратегический анализ развития рынка труда в современных условиях; проводить стратегический анализ основ организации труда</p>	отлично

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Форма контроля	Критерии оценки уровня освоения компетенции
Экзамен	<p>Критерием оценки является уровень усвоения обучающимся материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается в степени владения им.</p> <p>«Отлично» - полный ответ на основные вопросы в объеме лекций с привлечением дополнительной литературы, полные грамотные ответы на все дополнительные вопросы. При ответах на вопросы обращается внимание на самостоятельность выводов и обоснованную точку зрения. Правильно и в срок выполненные все практические работы и задания для самостоятельной работы.</p> <p>«Хорошо» - неполный ответ на основные вопросы в объеме лекций с использованием дополнительной литературы, ответы на часть дополнительных вопросов. Все практические работы и задания для самостоятельной работы сданы в срок, но выполнены с несущественными недочетами.</p> <p>«Удовлетворительно» - посредственный ответ на основные вопросы в объеме лекций и ответы на часть дополнительных вопросов. Правильно выполнена большая часть практических работ и заданий для самостоятельной работы.</p> <p>«Неудовлетворительно» - незнание основных вопросов в объеме лекций (слабый ответ или его отсутствие на основные вопросы и затруднения с ответами на дополнительные вопросы). Отсутствие выполненных практических работ и заданий для самостоятельной работы.</p>
Тестирование	<p>Критерием оценки является уровень усвоения обучающимся материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается количеством правильных ответов на предложенные тестовые задания по дисциплине.</p> <p>При ответах на вопросы теста:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • 90 – 100 % правильных ответов - «отлично»; • 75 – 89 % правильных ответов– «хорошо»; • 50 – 74 % правильных ответов– «удовлетворительно»; • менее 50 % правильных ответов– «неудовлетворительно».
Доклад, реферат	<p>Критерием оценки является новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению; владение материалом.</p> <p>«отлично» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p>«хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.</p> <p>«удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.</p> <p>«неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.</p>

9.ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014 г. № АК-44/05вн и «Положением об организации инклюзивного образования в АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

Подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному учебному плану.

10.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература

1. Пономарева, Т. Н. Маркетинг персонала : учебное пособие / Т. Н. Пономарева, Н. В. Дубино, М. С. Старикова. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2017. — 153 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80420.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная литература

1. Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие / Ю. А. Масалова. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2017. — 197 с. — ISBN 978-5-7014-0793-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87128.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Калюгина, С. Н. Маркетинг персонала : практикум / С. Н. Калюгина, И. П. Савченко, О. А. Мухорьянова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 127 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66048.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Электронно-библиотечная система

IPRBooks. <http://www.iprbookshop.ru>

Электронные образовательные ресурсы (современные профессиональные базы данных)

База данных научной электронной библиотеки. <https://elibrary.ru>

База данных Федерального образовательного портала «Экономика. Социология. Менеджмент». <http://ecsocman.hse.ru>

База данных официального интернет-портал правовой информации. <http://www.pravo.gov.ru>

База данных Библиотечных и архивных ресурсов Государственной Думы «Парламентская библиотека». <https://parlib.duma.gov.ru>

База данных Министерства экономического развития Российской Федерации. <http://economy.gov.ru>

Электронные образовательные ресурсы (информационные справочные системы)

Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

Справочно-правовая система «Гарант»

Обновляемое лицензионное программное обеспечение

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Материально-техническая база Института обеспечивает проведение всех видов занятий, предусмотренных учебным планом и соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (модуля).

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: мобильный мультимедийный комплект в составе: проектор, ноутбук.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду института.

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа №116 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 28 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; настольный микрофон; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48GLCD, Acer BS-112, DEX PDL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 2
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа №116 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 28 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; настольный микрофон; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 2

<p>v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48GLCD, Acer BS-112, DEX PDL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	
<p>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций №116 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>28 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; настольный микрофон; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48GLCD, Acer BS-112, DEX PDL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 2
<p>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации №116 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>28 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; настольный микрофон; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48GLCD, Acer BS-112, DEX PDL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 2
<p>Учебная аудитория №35 Кабинет для самостоятельной работы</p> <p>11 рабочих мест</p> <p>В аудитории развернута локальная сеть с выходом:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в глобальную сеть Интернет с подключением по сети; - в общую сеть института; - в электронно-информационную образовательную среду. <p>Состав локальной сети:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сервер (рабочая станция) – 1 шт., - рабочая станция – 10 шт. <p>Программное обеспечение:</p> <p>Microsoft Windows Russian 8.1 SL Russian Academic OLP 1 License No Level Legalization GetGenuine (Лицензионный договор №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Акт №12/1003 приема-передачи прав на использование программ для ЭВМ согласно Счету №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Microsoft Open License №64448770)</p> <p>Microsoft Windows Russian Professional 8.1 SL Russian Upgrade Academic OLP 1 License No Level (Лицензионный договор №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Акт №12/1003 приема-передачи прав на использование программ для ЭВМ согласно Счету №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Microsoft Open License №64448770)</p> <p>Право на использование Microsoft Office 2013 Russian Academic OLP 1 License No Level (Лицензионный договор №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Акт №12/1003 приема-передачи прав на использование программ для ЭВМ согласно Счету №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Microsoft Open License №64448770)</p> <p>Microsoft ProjectStandart Russian Academic OLP (Лицензионный договор №1906/2104-Л от 21.06.2019 г., Акт №07/0302 приема-передачи прав на использование программ для ЭВМ согласно Счету №1906/2104-Л от 21.06.2019 г.,</p>	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 5

<p>Microsoft Open License №73714398)</p> <p>1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях (Лицензионный договор от 01.07.2019 г., Договор О сотрудничестве с образовательной организацией общего и профессионального образования от 26.06.2019 г., Акт на передачу прав №13266 от 09.07.2019 г.) в составе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1С:Бухгалтерия; - 1С:ERP Управление предприятием 2; - 1С:Управление торговлей; - 1С:Зарплата и управление персоналом; - 1С:Управление небольшой фирмой; - 1С:Бухгалтерия государственного учреждения; - 1С:Зарплата и кадры государственного учреждения; <p>Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (Договор об информационной поддержке от 25.04.2014 г. между НОУ ВПО «Национальный институт бизнеса» и ЗАО «Консультант Плюс»)</p> <p>Справочно-правовая системе «ГАРАНТ» (Договор на оказание услуг по сопровождению ЭПС «Система ГАРАНТ» №Г-1704/НИБ от 14.04.2017 г.).</p> <p>Статистическая система STADIA 8.0 базовая версия (Сублицензионный договор №IT000438190 от 28.06.2019 г. Акт предоставления прав №IT142104 от 08.07.2019 г.)</p> <p>Программный пакет для эконометрического анализа «Gretl». (Бесплатное программное обеспечение с открытым исходным кодом (GNU GENERAL PUBLIC License, http://gretl.sourceforge.net/)</p> <p>Информационное обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Договоры на использование сторонних ЭБС (Лицензионный договор от 20.06.2017 г. №2993/17 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks); - Лицензионный договор от 02.11.2017 г. №3345/17 на использование адаптированных технологий ЭБС IPRbooks (для лиц с ОВЗ). 	
<p>Учебная аудитория №43 Лаборатория информационных технологий 30 рабочих мест</p> <p>В аудитории развернута локальная сеть с выходом:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в глобальную сеть Интернет с подключением по сети; - в общую сеть института; - в электронно-информационную среду института. <p>Состав локальной сети:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сервер (рабочая станция) – 1 шт., - рабочая станция – 30 шт. <p>Стационарный мультимедийный комплект в составе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проектор, - раздвижной экран, - аудиосистема <p>Программное обеспечение:</p> <p>Microsoft Windows Russian 8.1 SL Russian Academic OLP 1 License No Level Legalization GetGenuine (Лицензионный договор №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Акт №12/1003 приема-передачи прав на использование программ для ЭВМ согласно Счету №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Microsoft Open License №64448770)</p> <p>Microsoft Windows Russian Professional 8.1 SL Russian Upgrade Academic OLP 1 License No Level (Лицензионный договор №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Акт №12/1003 приема-передачи прав на использование программ для ЭВМ согласно Счету №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Microsoft Open License №64448770)</p> <p>Право на использование Microsoft Office 2013 Russian Academic OLP 1 License No Level (Лицензионный договор №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Акт №12/1003 приема-передачи прав на использование программ для ЭВМ согласно Счету №1411/2702-Л от 27.11.2014 г., Microsoft Open License №64448770)</p> <p>Microsoft ProjectStandart Russian Academic OLP (Лицензионный договор №1906/2104-Л от 21.06.2019 г., Акт №07/0302 приема-передачи прав на использование программ для ЭВМ согласно Счету №1906/2104-Л от 21.06.2019 г., Microsoft Open License №73714398)</p> <p>1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях (Лицензионный договор от 01.07.2019 г., Договор О сотрудничестве с образовательной организацией общего и профессионального образования от 26.06.2019 г., Акт на передачу прав №13266 от 09.07.2019 г.) в составе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1С:Бухгалтерия; - 1С:ERP Управление предприятием 2; - 1С:Управление торговлей; 	<p>111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 5</p>

<ul style="list-style-type: none"> - 1С:Зарплата и управление персоналом; - 1С:Управление небольшой фирмой; - 1С:Бухгалтерия государственного учреждения; - 1С:Зарплата и кадры государственного учреждения; <p>Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (Договор об информационной поддержке от 25.04.2014 г. между НОУ ВПО «Национальный институт бизнеса» и ЗАО «Консультант Плюс»)</p> <p>Справочно-правовая системе «ГАРАНТ» (Договор на оказание услуг по сопровождению ЭПС «Система ГАРАНТ» №Г-1704/НИБ от 14.04.2017 г.).</p> <p>Статистическая система STADIA 8.0 базовая версия (Сублицензионный договор №IT000438190 от 28.06.2019 г. Акт предоставления прав №IT142104 от 08.7.2019 г.)</p> <p>Программный пакет для эконометрического анализа «Gretl». (Бесплатное программное обеспечение с открытым исходным кодом (GNU GENERAL PUBLIC License, http://gretl.sourceforge.net/)</p> <p>Информационное обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Договоры на использование сторонних ЭБС (Лицензионный договор от 20.06.2017 г. №2993/17 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks); - Лицензионный договор от 02.11.2017 г. №3345/17 на использование адаптированных технологий ЭБС IPRbooks (для лиц с ОВЗ). 	
<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №111</p> <p>Столы, кресла, стулья, тумбочки, шкафы, стеллажи, картриджи для печатающих устройств, принтеры, сканеры, системные блоки, мониторы, проекторы, колонки, телефоны, инструменты, набор проводов, набор кабелей, загрузочные диски, маршрутизатор, коммутаторы, ИБП, клавиатуры, мыши, сетевые фильтры, запасные комплектующие для ПК.</p>	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 1