

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Иркутский государственный университет путей сообщения»

**Красноярский институт железнодорожного транспорта**

– филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Иркутский государственный университет путей сообщения»  
(КрИЖТ ИрГУПС)

УТВЕРЖДЕНА

приказ ректора

от «31» мая 2024 г. № 425-1

**Б1.В.ДВ.14.01 Маркетинг персонала**  
**рабочая программа дисциплины**

Направление подготовки – 38.03.03 Управление персоналом

Профиль – Управление персоналом организации

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма и срок обучения – 4 года очная форма; 4 года 8 мес, очно-заочная форма

Кафедра – разработчик программы – Управление персоналом

Общая трудоемкость в з.е. – 3

Формы промежуточной аттестации в семестрах/на курсах

Часов по учебному плану (УП) – 108

очная форма обучения: зачет 5

В том числе в форме практической  
подготовки (ПП) – 4/4

очно-заочная форма обучения: зачет 6

(очная/очно-заочная)

Очная форма обучения	Распределение часов дисциплины по семестрам	
	Семестр	Итого
	5	Итого
Вид занятий	Часов по УП	Часов по УП
Аудиторная контактная работа по видам учебных занятий/ в т. ч. в форме ПП*	51	51
– лекции	17	17
– практические (семинарские)	34/4	34/4
Самостоятельная работа	57	57
Зачет	-	-
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

Очно-заочная форма обучения	Распределение часов дисциплины по семестрам	
	Семестр	Итого
	6	Итого
Вид занятий	Часов по УП	Часов по УП
Аудиторная контактная работа по видам учебных занятий/ в т. ч. в форме ПП*	34	34
– лекции	17	17
– практические (семинарские)	17/4	17/4
Самостоятельная работа	65	65
Зачет	9	9
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

КРАСНОЯРСК

Электронный документ выгружен из ЕИС ФГБОУ ВО ИрГУПС и соответствует оригиналу

Подписант ФГБОУ ВО ИрГУПС Трофимов Ю.А.

00920FD815CE68F8C4CA795540563D259C с 07.02.2024 05:46 по 02.05.2025 05:46 GMT+03:00

Подпись соответствует файлу документа



Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 955.

Программу составил:  
к.пед.н., доцент, доцент

Т. В. Шендель

Рабочая программа рассмотрена и одобрена для использования в учебном процессе на заседании кафедры «Управление персоналом», протокол от «18» июня 2024 г. № 10.

Заведующий кафедрой, к.т.н., доцент

В. О. Колмаков

<b>1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>		
<b>1.1 Цели дисциплины</b>		
1	формирование знаний, умений и навыков обеспечения организации персоналом на основе оптимального выбора способов и методов привлечения персонала, с учетом целевых ориентиров трудового и социального развития персонала	
<b>1.2 Задачи дисциплины</b>		
1	освоить теории обеспечения организации персоналом: источники, технологии, методики привлечения	
2	изучить основы формирования требований к вакантной должности	
3	сформировать умение собирать, анализировать и структурировать информацию о внешнем и внутреннем рынках труда	
4	овладеть способами и методами привлечения персонала из внутренних и внешних источников на вакантные должности организации	
5	овладеть навыками документационного сопровождения кандидатов на этапах поиска и привлечения персонала на вакантные должности	
<b>1.3 Цель воспитания и задачи воспитательной работы в рамках дисциплины</b>		
Профессионально-трудовое воспитание обучающихся		
Цель профессионально-трудового воспитания – формирование у обучающихся осознанной профессиональной ориентации, понимания общественного смысла труда и значимости его для себя лично, ответственного, сознательного и творческого отношения к будущей деятельности, профессиональной этики, способности предвидеть изменения, которые могут возникнуть в профессиональной деятельности, и умению работать в изменённых, вновь созданных условиях труда. Цель достигается по мере решения следующих задач: – формирование сознательного отношения к выбранной профессии; – воспитание чести, гордости, любви к профессии, сознательного отношения к профессиональному долгу, понимаемому как личная ответственность и обязанность; – формирование психологии профессионала; – формирование профессиональной культуры, этики профессионального общения; – формирование социальной компетентности и другие задачи, связанные с имиджем профессии и авторитетом транспортной отрасли.		
Научно-образовательное воспитание обучающихся		
Цель научно-образовательного воспитания – создание условий для реализации научно-образовательного потенциала обучающихся в форме наставничества, тьюторства, научного творчества. Цель достигается по мере решения в единстве следующих задач: – формирование системного и критического мышления, мотивации к обучению, развитие интереса к творческой научной деятельности; – создание в студенческой среде атмосферы взаимной требовательности к овладению знаниями, умениями и навыками; – популяризация научных знаний среди обучающихся; – содействие повышению привлекательности науки, поддержка научно-технического творчества; – создание условий для получения обучающимися достоверной информации о передовых достижениях и открытиях мировой и отечественной науки, повышения заинтересованности в научных познаниях об устройстве мира и общества; – совершенствование организации и планирования самостоятельной работы обучающихся как образовательной технологии формирования будущего специалиста путем индивидуальной познавательной и исследовательской деятельности.		
<b>2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП</b>		
<b>2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося</b>		
1	Б1.В.ДВ.14.02 Система обеспечения организации персоналом	
<b>2.2 Дисциплины и практики, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее</b>		
1	Б1.В.ДВ.03.01 Основы кадровой политики и кадрового планирования	
2	Б1.В.ДВ.03.02 Развитие кадрового потенциала организации	
3	Б1.В.ДВ.06.01 Риск-менеджмент в управлении персоналом	
4	Б1.В.ДВ.06.02 Управление кадровыми рисками	
5	Б1.В.ДВ.13.01 Основы управленческого консультирования	
6	Б1.В.ДВ.13.01 Кадровый консалтинг	
<b>3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ТРЕБОВАНИЯМИ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>		
<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>

	<b>компетенции</b>	
ПК-1.2. Способен осуществлять администрирование и документационное сопровождение мероприятий, направленных на определение перспективной и текущей потребности в кадрах, разрабатывать локальные нормативные акты, направленные на привлечение трудовых ресурсов в организацию, с учетом целевых ориентиров трудового и социального развития персонала	ПК-1.2.2 Подготавливает документы по кадровой политике и кадровому планированию организации, в том числе прогноз возможных кадровых рисков в обеспечении персоналом	Знать: источники обеспечения организации кадрами, технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора персонала
		Уметь: собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях и возможностях кадрового потенциала организации, особенностях рынка труда, включая информацию о кандидатах и предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала; определять критерии поиска, привлечения, подбора и отбора персонала
		Владеть: технологиями и методиками поиска, привлечения, подбора и отбора кандидатов на вакантные должности (профессии, специальности) в соответствии с их спецификой; навыками ведения информации о вакантных должностях (профессиях, специальностях) и кандидатах

#### 4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код	Наименование разделов, тем и видов работы	Очная форма				Очно-заочная форма				*Код индикатора достижения компетенции		
		Семестр	Часы				Семестр	Часы				
			Лек	Пр	Лаб	СР		Лек	Пр		Лаб	СР
<b>1.0</b>	<b>Раздел 1. Маркетинг как инструмент обеспечения организации персоналом</b>											
1.1	Концептуальные основы маркетинга персонала.	5	2	4	6	6	2	2		7	ПК-1.2.2	
1.2	Функции маркетинга персонала	5	2	4/2	6	6	2	2/2		7	ПК-1.2.2	
1.3	Международный маркетинг персонала	5	2	4	6	6	2	2		7	ПК-1.2.2	
<b>2.0</b>	<b>Раздел 2. Реализация HR-бренд концепции</b>											
2.1	Построение и развитие HR-бренда организации	5	2	4	6	6	2	2		7	ПК-1.2.2	
2.2	EVP: ценностное предложение работодателя	5	2	4/2	6	6	2	2/2		7	ПК-1.2.2	
2.3	Цифровые инструменты и технологии продвижения EVP	5	2	4	6	6	2	2		7	ПК-1.2.2	
<b>3.0</b>	<b>Раздел 3. Управление маркетингом персонала</b>											
3.1	Реализация маркетинга персонала в организации	5	2	4	6	6	2	2		7	ПК-1.2.2	
3.2	Экономическая эффективность маркетинга персонала	5	2	2	8	6	2	2		8	ПК-1.2.2	
3.3	Удовлетворенность и лояльность персонала как показатели эффективности маркетинга персонала	5	1	4	7	6	1	1		8	ПК-1.2.2	
	Итого	5	17	34/4	54	6	17	17/4		65	ПК-1.2.2	
	Форма промежуточной аттестации – зачет	5				6		9			ПК-1.2.2	

**5 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине: оформлен в виде приложения № 1 к рабочей программе дисциплины и размещен в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет

**6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**6.1 Учебная литература**

**6.1.1 Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
6.1.1.1	Кибанов А.Я., Дуракова И.Б.	Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учеб. пособие для ВУЗов [Электронный ресурс]. – <a href="http://new.znanium.com/bookread2.php?book=1013991">http://new.znanium.com/bookread2.php?book=1013991</a>	Москва: ИНФРА-М, 2019	100 % онлайн
6.1.1.2	Тульчинский, Г. Л.	Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов [Электронный ресурс]. – URL: <a href="https://urait.ru/bcode/471939">https://urait.ru/bcode/471939</a>	Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 255 с.	100 % онлайн

**6.1.2 Дополнительная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
6.1.2.1	Масалова, Ю. А.	Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов [Электронный ресурс]. – URL: <a href="https://urait.ru/bcode/519936">https://urait.ru/bcode/519936</a>	Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 321 с.	100 % онлайн
6.1.2.2	Божук, С. Г.	Маркетинговые исследования : учебник для вузов [электронный ресурс]. – URL: <a href="https://urait.ru/bcode/510093">https://urait.ru/bcode/510093</a>	Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с.	100 % онлайн
6.1.2.3	Яковлева Е.Б.	Рынок труда : учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс]. – URL: <a href="https://urait.ru/bcode/511492">https://urait.ru/bcode/511492</a>	Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 253 с.	100 % онлайн

**6.1.3 Учебно-методические разработки (в т. ч. для самостоятельной работы обучающихся)**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания/ Личный кабинет обучающегося	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
6.1.3.1	Шендель Т.В.	Методические материалы и указания по изучению дисциплины	Личный кабинет обучающегося, ЭИОС	100 % онлайн

**6.2 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

6.2.1	Библиотека КриЖТ ИрГУПС : [сайт] / Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал ИрГУПС. – Красноярск. – URL: <a href="http://irbis.krsk.irgups.ru/">http://irbis.krsk.irgups.ru/</a> . – Режим доступа: после авторизации. – Текст : электронный.			
6.2.2	Электронная библиотека «УМЦ ЖДТ» : электронно-библиотечная система : сайт / ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте». – Москва, 2013 – 2024. – URL: <a href="http://umczt.ru/books/">http://umczt.ru/books/</a> . – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.			
6.2.3	Znanium : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «ЗНАНИУМ». – Москва. 2011 – 2024. – URL: <a href="http://znanium.ru">http://znanium.ru</a> . – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.			
6.2.4	Образовательная платформа Юрайт : электронная библиотека : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020. – URL: <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> . – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.			
6.2.5	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Директ-Медиа». – Москва, 2001 – 2024. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a> . – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.			

6.2.6	Красноярский институт железнодорожного транспорта : [электронная информационно-образовательная среда] / Красноярский институт железнодорожного транспорта. – Красноярск. – URL: <a href="http://sdol.krsk.irgups.ru/">http://sdol.krsk.irgups.ru/</a> . – Текст : электронный.
6.2.7	Национальная электронная библиотека : федеральный проект : сайт / Министерство Культуры РФ. – Москва, 2014 – 2024. – URL: <a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a> . – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.
6.2.8	Российские железные дороги : официальный сайт / ОАО «РЖД». – Москва, 2003 – 2024. – URL: <a href="https://company.rzd.ru/">https://company.rzd.ru/</a> . – Текст : электронный.
6.2.9	Красноярский центр научно-технической информации и библиотек (КрЦНТИБ) : сайт. – Красноярск. – URL: <a href="http://dcnti.krw.rzd">http://dcnti.krw.rzd</a> . – Режим доступа: из локальной сети вуза. – Текст : электронный.
<b>6.3 Программное обеспечение и информационные справочные системы</b>	
<b>6.3.1 Базовое программное обеспечение</b>	
6.3.1.1	Microsoft Windows Vista Business Russian, авторизационный номер лицензиата 64787976ZZS1011, номер лицензии 44799789. Microsoft Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition (дог №2 от 29.05.2014 – 100 лицензий; дог № <a href="#">0319100020315000013-00</a> от 07.12.2015 – 87 лицензий).
<b>6.3.2 Специализированное программное обеспечение</b>	
6.3.2.1	Не требуется
<b>6.3.3 Информационные справочные системы</b>	
6.3.3.1	Гарант : справочно-правовая система : база данных / ООО «ИПО «ГАРАНТ». – Режим доступа: из локальной сети вуза. – Текст : электронный.
6.3.3.2	Автоматизированная система правовой информации на железнодорожном транспорте (БД АСПИЖТ) : сайт КонсультантПлюс / АО НИИАС. – Режим доступа: из локальной сети вуза. – Текст : электронный.
<b>6.4 Правовые и нормативные документы</b>	
6.4.1	Не требуется
<b>7 ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	
1	Корпуса А, Т, Н, Л КриЖТ ИрГУПС находятся по адресу г. Красноярск, ул. Новая Заря, д. 2И
2	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (ноутбук, проектор, экран), служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа имеются учебно-наглядные пособия (презентации, плакаты, таблицы), обеспечивающие тематические иллюстрации содержания дисциплины. Мультимедийная аппаратура, электронные презентации, видеоматериалы, доска, мел, видеофильмы, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), наглядные пособия (презентации).
3	Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС. Помещения для самостоятельной работы обучающихся: – читальный зал библиотеки; – компьютерные классы А-224, А-409, А-414, Л-203, Л-204, Л-214, Л-404, Л-410, Н-204, Н-207, Т-46, Т-5.
<b>8 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Вид учебной деятельности	Организация учебной деятельности обучающегося
Лекция	<p>Лекция (от латинского «lection» – чтение) – вид аудиторных учебных занятий. Лекция: закладывает основы научных знаний в систематизированной, последовательной, обобщенной форме; раскрывает состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники; концентрирует внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах; стимулирует познавательную активность обучающихся.</p> <p>Во время лекционных занятий обучающийся должен уметь сконцентрировать внимание на изучаемых проблемах и включить в работу все виды памяти: словесную, образную и моторно-двигательную. Для этого весь материал, излагаемый преподавателем, обучающемуся необходимо конспектировать. В конспект рекомендуется выписывать определения, формулировки и доказательства теорем, формулы и т.п. На полях конспекта следует помечать вопросы, выделенные обучающимся для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в виде формул, рекомендуется в конспекте подчеркивать или обводить рамкой, чтобы лучше запоминались. Полезно составить краткий справочник, содержащий определения важнейших понятий и наиболее часто употребляемые формулы дисциплины. К каждой лекции следует разобрать материал предыдущей лекции. Изучая материал по учебнику или конспекту лекций,</p>

	<p>следует переходить к следующему вопросу только в том случае, когда хорошо усвоен предыдущий вопрос. При этом необходимо воспроизводить на бумаге все рассуждения, как имеющиеся в учебнике или конспекте, так и пропущенные в силу их простоты. Ряд вопросов дисциплины может быть вынесен на самостоятельное изучение. Такое задание требует оперативного выполнения. В конспекте лекций необходимо оставить место для освещения упомянутых вопросов. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, то необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии</p>
<p>Практическое занятие</p>	<p>Практическое занятие – вид аудиторных учебных занятий, целенаправленная форма организации учебного процесса, при реализации которой обучающиеся по заданию и под руководством преподавателя выполняют практические задания. Практические задания направлены на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения тех или иных учебных действий в данной сфере науки. Практические занятия развивают научное мышление и речь, позволяют проверить знания обучающихся, выступают как средства оперативной обратной связи; цель практических занятий – углублять, расширять, детализировать знания, полученные на лекции, в обобщенной форме и содействовать выработке навыков профессиональной деятельности.</p> <p>На практических занятиях подробно рассматриваются основные вопросы дисциплины, разбираются основные типы задач. К каждому практическому занятию следует заранее самостоятельно выполнить домашнее задание и выучить лекционный материал к следующей теме. Систематическое выполнение домашних заданий обязательно и является важным фактором, способствующим успешному усвоению дисциплины.</p> <p>Особое внимание следует обращать на определение основных понятий дисциплины. Обучающийся должен подробно разбирать примеры, которые поясняют понятия.</p> <p>Практическая подготовка, включаемая в практические занятия, предполагает выполнение обучающимся отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.</p>
<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Обучение по дисциплине «Маркетинг персонала» предусматривает активную самостоятельную работу обучающегося. На самостоятельную работу отводится 57 часов по очной форме обучения, 65 часов по очно-заочной форме обучения. В разделе 4 рабочей программы, который называется «Структура и содержание дисциплины», все часы самостоятельной работы расписаны по темам и вопросам, а также указана необходимая учебная литература: обучающийся изучает учебный материал, разбирает примеры и решает разноуровневые задачи в рамках выполнения домашних заданий. При выполнении домашних заданий обучающемуся следует обратиться к задачам, решенным на предыдущих практических занятиях, решенным домашним работам, а также к примерам, приводимым лектором. Если этого будет недостаточно для выполнения всей работы можно дополнительно воспользоваться учебными пособиями, приведенными в разделе 6.1 «Учебная литература». Если, несмотря на изученный материал, задание выполнить не удастся, то в обязательном порядке необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего практические занятия, и/или консультацию лектора.</p>
<p>Комплекс учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины (модуля), размещен в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.</p>	



**Приложение 1 к рабочей программе по дисциплине  
Б1.В.ДВ.14.01 Маркетинг персонала**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**для проведения текущего контроля успеваемости  
и промежуточной аттестации по дисциплине**

**Б1.В.ДВ.14.01 Маркетинг персонала**

## 1. Общие положения

Фонд оценочных средств (ФОС) является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы.

Фонд оценочных средств предназначен для использования обучающимися, преподавателями, администрацией КрИЖТ ИрГУПС, а также сторонними образовательными организациями для оценивания качества освоения образовательной программы и уровня сформированности компетенций у обучающихся.

Задачами ФОС являются:

- оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины;
- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс;
- самоподготовка и самоконтроль обучающихся в процессе обучения.

Фонд оценочных средств сформирован на основе ключевых принципов оценивания: валидность, надежность, объективность, эффективность.

Для оценки уровня сформированности компетенций используется трехуровневая система:

– минимальный уровень освоения, обязательный для всех обучающихся по завершению освоения образовательной программы; дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач;

– базовый уровень освоения, превышение минимальных характеристик сформированности компетенций; позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам;

– высокий уровень освоения, максимально возможная выраженность характеристик компетенций; предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

## 2. Перечень компетенций, в формировании которых участвует дисциплина.

### Программа контрольно-оценочных мероприятий. Показатели оценивания компетенций, критерии оценки

Дисциплина «Маркетинг персонала» участвует в формировании компетенции:

ПК-1.2 Способен осуществлять администрирование и документационное сопровождение мероприятий, направленных на определение перспективной и текущей потребности в кадрах, разрабатывать локальные нормативные акты, направленные на привлечение трудовых ресурсов в организацию, с учетом целевых ориентиров трудового и социального развития персонала.

### Программа контрольно-оценочных мероприятий очная форма обучения

№	Неделя	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (понятие/тем/раздел и т.д. дисциплины)	Код индикатора достижения компетенции	Наименование оценочного средства (форма проведения*)
<b>5 семестр</b>					
1	1 – 2	Текущий контроль	Тема 1. Концептуальные основы маркетинга персонала.	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)

2	3 – 4	Текущий контроль	Тема 2. Функции маркетинга персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии) <b>В рамках ПП:</b> Задания творческого уровня (письменно)
3	5 – 6	Текущий контроль	Тема 3. Международный маркетинг персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
4	6	Текущий контроль	Раздел 1. Маркетинг как инструмент обеспечения организации персоналом	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
5	7 – 8	Текущий контроль	Тема 4. Построение и развитие HR-бренда организации	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
6	9 – 10	Текущий контроль	Тема 5. EVP: ценностное предложение работодателя	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии) <b>В рамках ПП:</b> Задания творческого уровня (письменно)
7	11 – 12	Текущий контроль	Тема 6. Цифровые инструменты и технологии продвижения EVP	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
8	12	Текущий контроль	Раздел 2. Реализация HR-бренд концепции	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
9	13 – 14	Текущий контроль	Тема 7. Реализация маркетинга персонала в организации	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
10	15 – 16	Текущий контроль	Тема 8. Экономическая эффективность маркетинга персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
11	17	Текущий контроль	Тема 9. Удовлетворенность и лояльность персонала как показатели эффективности маркетинга персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
12	17	Текущий контроль	Раздел 3. Управление маркетингом персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
13	17	Промежуточная аттестация - зачет	Раздел 1. Маркетинг как инструмент обеспечения организации персоналом Раздел 2. Реализация HR-бренд концепции Раздел 3. Управление маркетингом персонала	ПК-1.2.2	При выполнении запланированных работ по разделам курса или тест (компьютерные технологии) / индивидуальное собеседование (опрос)

\*Форма проведения контрольно-оценочного мероприятия: устно, письменно, компьютерные технологии.

\*\*ПП – практическая подготовка

### Программа контрольно-оценочных мероприятий очно-заочная форма обучения

№	Неделя	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (понятие/тем/раздел и т.д. дисциплины)	Код индикатора достижения компетенции	Наименование оценочного средства (форма проведения*)
<b>6 семестр</b>					
1	23 – 24	Текущий контроль	Тема 1. Концептуальные основы маркетинга персонала.	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
2	25 – 26	Текущий контроль	Тема 2. Функции маркетинга персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии) <b>В рамках ПП:</b> Задания творческого уровня

					(письменно)
3	27 – 28	Текущий контроль	Тема 3. Международный маркетинг персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
4	28	Текущий контроль	Раздел 1. Маркетинг как инструмент обеспечения организации персоналом	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
5	29 – 30	Текущий контроль	Тема 4. Построение и развитие HR-бренда организации	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
6	31 – 32	Текущий контроль	Тема 5. EVP: ценностное предложение работодателя	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии) <b>В рамках ПП:</b> Задания творческого уровня (письменно)
7	33 – 34	Текущий контроль	Тема 6. Цифровые инструменты и технологии продвижения EVP	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
8	34	Текущий контроль	Раздел 2. Реализация HR-бренд концепции	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
9	35 – 36	Текущий контроль	Тема 7. Реализация маркетинга персонала в организации	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
10	37 – 38	Текущий контроль	Тема 8. Экономическая эффективность маркетинга персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
11	39	Текущий контроль	Тема 9. Удовлетворенность и лояльность персонала как показатели эффективности маркетинга персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
12	39	Текущий контроль	Раздел 3. Управление маркетингом персонала	ПК-1.2.2	Тестирование (компьютерные технологии)
13	39	Промежуточная аттестация - зачет	Раздел 1. Маркетинг как инструмент обеспечения организации персоналом Раздел 2. Реализация HR-бренд концепции Раздел 3. Управление маркетингом персонала	ПК-1.2.2	При выполнении запланированных работ по разделам курса или тест (компьютерные технологии) / индивидуальное собеседование (опрос)

\*Форма проведения контрольно-оценочного мероприятия: устно, письменно, компьютерные технологии.

\*\*ПП – практическая подготовка

## Описание показателей и критериев оценивания компетенций.

### Описание шкал оценивания

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости – основной вид систематической проверки знаний, умений, навыков обучающихся. Задача текущего контроля – оперативное и регулярное управление учебной деятельностью обучающихся на основе обратной связи и корректировки. Результаты оценивания учитываются в виде средней оценки при проведении промежуточной аттестации.

Для оценивания результатов обучения используется двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Перечень оценочных средств, используемых для оценивания компетенций, а также краткая характеристика этих средств приведены в таблице.

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Задания творческого уровня	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Может быть использовано для оценки знаний, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
2	Индивидуальное собеседование (опрос)	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Используется для оценки знаний обучающихся	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Фонд тестовых заданий
4	Зачет	Средство, позволяющее оценить знания, умения, навыки и (или) опыта деятельности обучающегося по дисциплине. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Перечень вопросов (билетов) к зачету

**Критерии и шкалы оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета.**

**Шкала оценивания уровня освоения компетенций**

Шкалы оценивания	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенции
«зачтено»	Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного материала. Правильно выполнил практические задания. Показал отличные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы	Высокий
	Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала. С небольшими неточностями выполнил практические задания. Показал хорошие умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Базовый
	Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. С существенными неточностями выполнил практические задания. Показал удовлетворительные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	Минимальный
«не зачтено»	Обучающийся при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенция не сформирована

**Критерии и шкала оценивания тестовых заданий при промежуточной аттестации в форме зачета**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«зачтено»	Обучающийся верно ответил на 70 % и более тестовых заданий при прохождении тестирования

«не зачтено»	Обучающийся верно ответил на 69 % и менее тестовых заданий при прохождении тестирования
--------------	---

### Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

#### Творческое задание

Шкала оценивания	Показатели оценивания	Критерии оценивания
Минимальный	<p>Качество выполнения письменного творческого задания; знание фактического материала; оформление, структура и стиль письменного творческого задания; самостоятельность выполнения; выполнение и сдача письменного творческого задания в установленные сроки.</p>	<p>Представленная работа демонстрирует точное понимание задания и полное ему соответствие. В работе приводятся конкретные факты и примеры. Материал изложен логично. Работа и форма её представления является авторской, выполнена самостоятельно и содержит большое число оригинальных, изобретательных примеров. Эффективное использование изображений, видео, аудио и других мультимедийных возможностей, чтобы представить свою тему и вызвать интерес. Презентация имеет все необходимые разделы, данные об авторе, ссылки на источники, оформлена в одном стиле. Текст не избыточен на слайде, не имеет орфографических и речевых ошибок</p>
Базовый		<p>Представленная работа демонстрирует понимание задания. В работу включаются как материалы, имеющие как непосредственное отношение к теме, так и материалы, не имеющие отношения к ней. Содержание работы соответствует заданию, но не все аспекты задания раскрыты. В работе есть элементы творчества. Используются однотипные мультимедийные возможности, или некоторые из них отвлекают внимание от темы презентации. Основные требования к презентации соблюдены, но отсутствует выполнение требований либо к оформлению, либо к содержанию. Текст на слайде не избыточен, но плохо читается, несколько неудачных речевых выражений.</p>
Высокий		<p>В работу включена собранная обучающимся информация, но она не анализируется и не оценивается. Нарушение логики в изложении материала. Обычная, стандартная работа, элементы творчества отсутствуют. Не используются изображения, видео, аудио и другие мультимедийные возможности, или их использование отвлекает внимание. Не соблюдены требования к оформлению презентации. Слишком много текста, или две и более орфографических ошибок, или речевые и орфографические ошибки</p>

#### Индивидуальное собеседование (опрос)

Оценка	Показатели оценивания	Критерии оценивания
Минимальный	<p>Знание теоретического материала по дисциплине, умение анализировать полученные результаты и делать выводы, правильность ответа, структура и стиль ответа.</p>	<p>Содержание ответа имеет значительные замечания, устраненные во время контактной работы с преподавателем. Студент на удовлетворительном уровне знает теоретический материал дисциплины, умеет анализировать полученные результаты и делать выводы. В оформлении, структуре и стиле ответа есть недостатки.</p>
Базовый		<p>Ответ представлен в соответствии с поставленным вопросом с незначительными замечаниями. Студент знает теоретический материал дисциплины, умеет анализировать полученные результаты и делать выводы. Ответ сформулирован самостоятельно. Содержание ответа правильное, в структуре и стиле ответа нет грубых ошибок.</p>
Высокий		<p>Ответ представлен в полном объеме в соответствии с поставленным вопросом. Студент знает теоретический материал дисциплины, умеет анализировать полученные</p>

Оценка	Показатели оценивания	Критерии оценивания
		результаты и делать выводы. Ответ сформулирован самостоятельно. Содержание ответа правильное, структура и стиль ответа образцовые присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы.

### Тесты

Шкала оценивания		Критерии оценивания
«отлично»	«зачтено»	Обучающийся верно ответил на 90 – 100 % тестовых заданий при прохождении тестирования
«хорошо»		Обучающийся верно ответил на 80 – 89 % тестовых заданий при прохождении тестирования
«удовлетворительно»		Обучающийся верно ответил на 70 – 79 % тестовых заданий при прохождении тестирования
«не удовлетворительно»	«не зачтено»	Обучающийся верно ответил на 69 % и менее тестовых заданий при прохождении тестирования

## 3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 3.1 Типовые контрольные задания творческого уровня

Задания выложены в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

Ниже приведены образцы типовых вариантов заданий творческого уровня, предусмотренных рабочей программой.

Образец типового варианта заданий творческого уровня,  
выполняемых в рамках практической подготовки,  
по теме «Функции маркетинга персонала»

*(трудовая функция В/03.6: Администрирование процессов и документооборота обеспечения персоналом)*

Задание: Опираясь на утвержденный приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации профессиональный стандарт специалиста по экономике труда, разработайте личностную спецификацию.

Образец типового варианта заданий творческого уровня,  
выполняемых в рамках практической подготовки,  
по теме «Функции маркетинга персонала»

*(трудовая функция В/03.6: Администрирование процессов и документооборота обеспечения персоналом)*

Задание: Опираясь на утвержденный приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации профессиональный стандарт специалиста по управлению персоналом, разработайте личностную спецификацию.

Образец типового варианта заданий творческого уровня,  
выполняемых в рамках практической подготовки,  
по теме «EVP: ценностное предложение работодателя»

*(трудовая функция В/03.6: Администрирование процессов и документооборота обеспечения персоналом)*

Задание: Опираясь на общедоступную аналитическую информацию об организации ОАО «РЖД», выбранной для выполнения практических работ, разработайте ценностное предложение работодателя.

Образец типового варианта заданий творческого уровня,  
выполняемых в рамках практической подготовки,  
по теме «EVP: ценностное предложение работодателя»  
(*трудовая функция В/03.6: Администрирование процессов и документооборота  
обеспечения персоналом*)

Задание: Опираясь на общедоступную аналитическую информацию об организации ОА «Красмаш», выбранной для выполнения практических работ, разработайте ценностное предложение работодателя.

### **3.2 Типовые вопросы для индивидуального собеседования (опроса) – вопросы к зачету**

#### **Раздел 1. Маркетинг как инструмент обеспечения организации персоналом**

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

2. Условия для маркетинговой деятельности на рынке труда.

3. Значение маркетинга на рынке труда.

4. Факторы формирования технологий маркетинга персонала.

5. Основные концепции маркетинга персонала.

6. Сущность и принципы маркетинга персонала.

7. Основные задачи стратегического и оперативного уровней маркетинга персонала.

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

9. Информационная функция маркетинга персонала.

10. Коммуникативная функция маркетинга персонала.

11. Ценовая функция маркетинга персонала.

12. Понятие интернационально ориентированного целевого маркетинга персонала.

Тенденции развития международного рынка труда.

13. Дифференциация международной рабочей силы. Качество рабочей силы на международном рынке труда.

14. Особенности привлечения иностранной рабочей силы.

15. Россия на международном рынке рабочей силы.

#### **Раздел 2. Реализация HR-бренд концепции**

16. Понятие HR-бренда. Алгоритм построения концепции бренда работодателя.

17. Продвижение HR-бренда. Основные инструменты и технологии.

18. Понятие ценностного предложения работодателя. Основные компоненты ценностного предложения работодателя.

19. Создание креативной концепции EVP. Алгоритм разработки EVP.

20. Цифровые инструменты и технологии продвижения EVP.

#### **Раздел 3. Управление маркетингом персонала**

21. Подход Р. Бюннера к реализации маркетинга персонала в организации.

22. этапы реализации маркетинга персонала по версии Е. Дитманна.

23. Контроль реализации маркетинга персонала.

24. Методологические подходы к оценке эффективности маркетинга персонала.

25. Механизм повышения уровня экономических результатов совокупного труда персонала организации.

26. Оценка эффективности маркетинга персонала. Критерии эффективности управления маркетингом рабочей силы.

27. Понятие лояльности персонала. Составляющие лояльности персонала.

28. Факторы, способствующие развитию лояльности.

29. Типы удовлетворенности работой.

30. Методы оценки удовлетворенности работой и лояльности персонала.



### 3.3 Типовые тестовые задания

Тестирование проводится по окончании и в течение семестра по завершению изучения дисциплины и раздела (контроль/проверка остаточных знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности). Компьютерное тестирование обучающихся по разделам и дисциплине используется при проведении текущего контроля знаний обучающихся. Результаты тестирования могут быть использованы при проведении промежуточной аттестации.

Тесты формируются из фонда тестовых заданий по дисциплине.

**Тест** (педагогический тест) – это система заданий – тестовых заданий возрастающей трудности, специфической формы, позволяющая эффективно измерить уровень знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся.

**Тестовое задание (ТЗ)** – варьирующаяся по элементам содержания и по трудности единица контрольного материала, минимальная составляющая единица сложного (составного) педагогического теста, по которой испытуемый в ходе выполнения теста совершает отдельное действие.

**Фонд тестовых заданий (ФТЗ) по дисциплине** – это совокупность систематизированных диагностических заданий – тестовых заданий (ТЗ), разработанных по всем тематическим разделам (дидактическим единицам) дисциплины (прошедших апробацию, экспертизу, регистрацию и имеющих известные характеристики) специфической формы, позволяющей автоматизировать процедуру контроля.

**Типы тестовых заданий:**

ЗТЗ – тестовое задание закрытой формы (ТЗ с выбором одного или нескольких правильных ответов);

ОТЗ – тестовое задание открытой формы (с конструируемым ответом: ТЗ с кратким регламентируемым ответом (ТЗ дополнения); ТЗ свободного изложения (с развернутым ответом в произвольной форме)).

#### Структура тестовых материалов по дисциплине «Маркетинг персонала»

Индикатор достижения компетенции	Тема в соответствии с РПД (с соответствующим номером)	Содержательный элемент	Характеристика содержательного элемента	Количество тестовых заданий, типы ТЗ
ПК-1.2.2 Подготавливает документы по кадровой политике и кадровому планированию организации, в том числе прогноз возможных кадровых рисков в обеспечении персоналом	Тема 1 «Концептуальные основы маркетинга персонала»	Факторы формирования технологий маркетинга персонала	Умения	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Основные концепции маркетинга персонала	Знания	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Сущность и принципы маркетинга персонала	Действия	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
	Тема 2 «Функции маркетинга персонала»	Информационная функция маркетинга персонала	Умения	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Коммуникативная функция маркетинга персонала	Умения	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ

Индикатор достижения компетенции	Тема в соответствии с РПД (с соответствующим номером)	Содержательный элемент	Характеристика содержательного элемента	Количество тестовых заданий, типы ТЗ
		Ценовая функция маркетинга персонала	Умения	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
	Тема 3 «Международный маркетинг персонала»	Особенности международного рынка труда	Знание	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Условия для маркетинговой деятельности на рынке труда	Знания	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Значение маркетинга на рынке труда	Знания	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Тема 4 «Построение и развитие HR-бренда организации»	Имидж фирмы: понятие, виды, функции, адресаты	Знание
	Имидж фирмы, репутация, брендинг		Знание	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
	Разработка и формирование имиджа работодателя		Умения	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
	Тема 5 «EVP: ценностное предложение работодателя»	Технология EVP	Знание	5– ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Элементы ценностного предложения работодателя	Действия	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Разработка и реализация EVP	Умения	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
	Тема 6. Цифровые инструменты и технологии продвижения EVP	Технология EVP	Знания	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Цифровые инструменты продвижения EVP	Действия	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Технологии продвижения EVP	Действия	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
	Тема 7 «Реализация маркетинга персонала в организации»	Подходы к реализации маркетинга персонала в организации	Знание	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Основные этапы реализации маркетинга персонала	Умения	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ

Индикатор достижения компетенции	Тема в соответствии с РПД (с соответствующим номером)	Содержательный элемент	Характеристика содержательного элемента	Количество тестовых заданий, типы ТЗ
		Контроль реализации маркетинга персонала	Действия	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
	Тема 8 «Экономическая эффективность маркетинга персонала»	Методологические подходы к оценки эффективности маркетинга персонала	Знания	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Экономическая оценка эффективности маркетинга персонала	Действия	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Социальная эффективность маркетинга персонала	Действия	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
	Тема 9 «Удовлетворенность и лояльность персонала как показатели эффективности маркетинга персонала»	Эффективность маркетинга персонала	Знание	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Исследование удовлетворенности персонала	Действия	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
		Исследование лояльности персонала	Умения	4– ОТЗ 4 – ЗТЗ
Итого				120 – ЗТЗ 120 – ОТЗ

Полный комплект ФТЗ хранится в электронной информационно-образовательной среде КрИЖТ ИрГУПС и обучающийся имеет возможность ознакомиться с демонстрационным вариантом ФТЗ.

Ниже приведен образец типового варианта итогового теста, предусмотренного рабочей программой дисциплины

*Образец типового варианта итогового теста,  
предусмотренного рабочей программой дисциплины*

Количество ОТЗ – 15 (50%), ЗТЗ – 15 (50%)  
 Норма времени – 40 мин.

1. Факторы, характеризующие уровень урбанизации, поло-возрастную структуру населения, режимы его воспроизводства:

- социально-экономические
- социально-демографические
- технико-экономические
- организационно-политические

2. Факторы, обуславливающие различия в уровне подвижности населения и приемлемых формах организации занятости:

- социально-экономические
- социально-культурные
- организационно-политические
- технико-экономические

3. ... – система отношений, складывающихся между работодателем и наемным работником по поводу спроса и предложения рабочей силы и ее воспроизводства, обеспечивающих процесс непрерывного общественного развития.

4. ... – вид деятельности, направленный на достижение оптимального соответствия между спросом и предложением рабочей силы с целью удовлетворения потребности в труде всех субъектов трудовых отношений.

5. Концепция маркетинга, основанная на убеждении, что если оставить потребителю право самостоятельно решать вопрос о найме работника, то предпочтения потребительского выбора останутся неизменными:

- продвижения товара "рабочая сила"
- ценовая
- традиционного маркетинга
- социальных предпочтений

6. Концепция маркетинга, согласно которой повышение стоимости рабочей силы способно привести к лучшей практической отдаче, производительности труда:

- ценовая
- традиционного маркетинга
- социальных предпочтений
- потребительского выбора

7. ... – это программа определенных действий личности, которая должна создать максимально благоприятные условия для реализации главного "товара", которым обладают все здоровые, самостоятельные члены общества.

8. ... рабочей силы – это выбор максимизирующей функции полезности соединения способности к труду с капиталом в условиях их ограниченности.

9. Функция маркетинга персонала, состоящая в создании пояснительного базиса, который представляет собой основу планирования в области сегментирования рынка и коммуникаций по целевым группам:

- информационная
- коммуникативная
- ценовая
- инновационная

10. ... факторы – условия, которые организация как субъект управления не может изменить, но должна учитывать для правильного определения потребности в персонале и оптимальных источников покрытия этой потребности.

11. ... рынка труда – процесс разделения спроса на персонал и его предложения на отдельные элементы, отличающиеся сходной реакцией на определенный мотив занятости.

12. Активные пути покрытия потребности в персонале:

- организация набирает персонал непосредственно в учебных заведениях
- организация представляет заявки по вакансиям в местные или межрегиональные службы занятости
- организация сообщает о своих вакантных местах через рекламные объявления в средствах массовой информации и специальных изданиях
- организация ожидает претендентов после проведения рекламной компании местного характера

13. Расширенные характеристики рабочей силы:

- знания, умения, навыки, необходимые для выполнения профессиональных функций
- территориальная принадлежность, жизненный цикл семьи, уровень образования
- психологическая сфера, тип темперамента, опыт профессиональной деятельности
- стиль руководства, профессиональная мобильность

14. Специфические характеристики рабочей силы:

предмет труда, средства труда, цель труда, условия труда, характеристики трудовой активности

пол, возраст, семейное положение, место жительства, национальность, состояние здоровья

ценностные ориентации, коммуникативная сфера, эмоциональная сфера, волевая сфера

свойства, выражающие отношение к работе, профессиональная мобильность, географическая мобильность

15. ... на рынке – это обеспечение товару (применительно к рынку труда - услугам труда, рабочей силе) четко отличного от другого места на рынке.

16. ... рынка – это совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность на рынке.

17. Адресаты имиджа, рассчитывающие на привлекательность бизнеса, которым занимается фирма, компетентный менеджмент, устойчивость бизнеса:

потребители

инвесторы

органы государственной власти

общественные организации

18. Вид имиджа, дающий представления о фирме как субъекте определенной деятельности, которые проявляются в деловой репутации, деловой активности на рынке:

товара

социальный

бизнес-имидж

визуальный

19. ... компании – разница между ценой приобретения бизнеса и балансовой стоимостью активов, уменьшенной на величину обязательств.

20. ... – торговая марка (зарегистрированное название), имеющая определенную стоимость за счет ценности сопутствующего ей имиджа (репутации).

21. Форма взаимодействия предприятия с системными партнерами, предполагающая объединение минимум двух единомышленников для достижения поставленной цели:

создание коалиции

лоббирование

связи с общественностью

представительства

22. Форма взаимодействия предприятия с системными партнерами, предполагающая склонение государственных органов к принятию законов, политических решений или распределению ресурсов, отвечающих интересам определенных групп:

лоббирование

создание коалиций

связи с общественностью

представительства

23. ... – процесс обеспечения достижения организацией своих целей.

24. Косвенные рекламно-презентационные мероприятия организации:

посещение предприятия (экскурсии)

контакты с институтами, которые на рынке труда могут формировать мнение о предприятии

руководство курсовыми, дипломными и диссертационными работами

учреждение стипендий на исследования

25. Трудовой потенциал ... – интегральная характеристика количества, качества и меры совокупной способности работников к труду.

26. Трудовой потенциал ... – способность совершенствоваться в процессе труда, решать новые задачи, возникающие в результате изменений в производстве.

27. ... потенциал - способности и склонности человека, состояние его здоровья, работоспособность, выносливость, тип нервной системы ит.п.

28. ... труда – напряженность труда, степень расходования рабочей силы (физических, умственных и нервных усилий) в единицу времени.

29. Совокупность параметров, определяющих потенциальные возможности трудоустройства, стабилизации занятости, эффективного использования рабочей силы, минимизации ее неоправданных перемещений:

- интенсивность
- качество
- мобильность
- напряженность

30. Постоянство состава работников, сочетающееся с их рациональной подвижностью (в связи с должностным и профессиональным продвижением работников, их квалификационным ростом):

- интенсивность
- качество
- стабильность
- напряженность

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

В таблице приведены описания процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий и процедур оценивания результатов обучения с помощью оценочных средств в соответствии с рабочей программой дисциплины/практики.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Задания творческого уровня	Выполнение заданий творческого уровня, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся во время практических занятий. Вариантов заданий по теме не менее пяти. Во время выполнения заданий пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему, количество заданий и время выполнения заданий
Индивидуальное собеседование (опрос)	Собеседование проводится на практическом занятии по теме, изученной на лекции. Во время собеседования пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий разрешено. Преподаватель на лекции, предшествующей занятию проведения контроля, доводит до обучающихся: тему и примерные вопросы
Тест	Средство, позволяющее оценить знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности обучающегося по дисциплине. Преподаватель на последнем практическом занятии напоминает обучающимся, что они могут посмотреть перечень вопросов к тесту в ФОС, размещенном электронной информационно-образовательной среде Университета, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

Для организации и проведения промежуточной аттестации (в форме зачета) составляются типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки

знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:

- перечень вопросов для индивидуального собеседования (опроса);
- перечень типовых тестовых заданий.

Перечень вопросов для индивидуального собеседования к зачету обучающиеся получают в начале семестра через электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС (личный кабинет обучающегося).

База тестовых заданий разного уровня сложности размещена в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС и обучающийся имеет возможность ознакомиться с демонстрационным вариантом ФТЗ.

### **Описание процедур проведения промежуточной аттестации в форме зачета и оценивания результатов обучения**

При проведении промежуточной аттестации в форме зачета преподаватель может воспользоваться результатами текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценочные средства и типовые контрольные задания, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. С целью использования результатов текущего контроля успеваемости, преподаватель подсчитывает среднюю оценку уровня сформированности компетенций обучающегося (сумма оценок, полученных обучающимся, делится на число оценок).

### **Шкала и критерии оценивания уровня сформированности компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета по результатам текущего контроля (без дополнительного аттестационного испытания)**

Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка
Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»
Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета без дополнительного аттестационного испытания, то промежуточная аттестация в форме зачета проводится в форме тестирования по перечню типовых тестовых заданий или в форме индивидуального собеседования (опроса). Промежуточная аттестация в форме зачета с проведением аттестационного испытания в форме тестирования или индивидуального собеседования (опроса) проходит на последнем занятии по дисциплине.